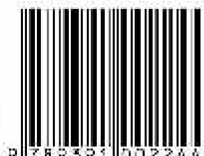


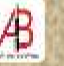
ABS Books

Delhi (India)


₹ 2500
ISBN 978-93-91002-24-4
9 789391 002244
S 115
www.absbooksindia.com

IDENTITY CRISIS: WORLD AT A CROSS ROAD





IDENTITY CRISIS

World At A Cross Road



Chief Editor Avdhesh Jha

Editors Mustafa Aslan, Rajshree Vaishnav, Lalima Singh

Identity Crisis: World At A Cross Road

Volume II

Identity Crisis: World At A Cross Road

Volume II

Chief Editor

Avdhesh Jha
CVMU, India

Editors

Mustafa Aslan
Istanbui Gelisim University, Turkey

Rajshree Vaishnav
RTMNU, India

Lalima Singh
S. S. Khanna Girls' Degree College, Allahabad, India



ABS Books
Delhi-110086

The responsibility for facts stated, opinion expressed or conclusions reached and plagiarism, if any, in this book is entirely that of the author(s). Neither the publisher nor the editors will be responsible for them whatever.

ISBN : 978-93-91002-24-4
Copyright : Editors
Edition : 2022



Published by
ABS Books
Publisher and Exporter
B-21, Ved and Shiv Colony, Budh Vihar
Phase-2, Delhi - 110086
✆ : + 919999868875, +919999862475
✉ : absbooksindia@gmail.com
Website : www.absbooksindia.com

PRINTED AT
Trident Enterprises, Noida (UP)

Overseas Branches

ABS Books
Publisher and Exporter
Yucai Garden, Yuhua Yuxiu Community,
Chenggong District, Kunming City,
Yunnan Province -650500
China

ABS Books
Publisher and Exporter
Microregion Alamedin-1
59-10 Bishek, Kyrgyz
Republic- 720083
kyrgyzstan

Identity Crisis : World At A Cross Road *Volume II*
By : Chief Editor : Avdhesh Jha
Editors : Mustafa Aslan, Rajshree Vaishnav, Lalima Singh

Preface

Planning a conference is not an easy job but if your idea is good and you bear a clear vision, you find the ways and so did I find at CVM University with S.S. Khanna degree girls college, RTMNU and ASC, Turkey. After two months of discussion, we planned this conference in the month of July. The genesis of this conference lies in the idea of equality and humanity.

Identity crisis is not new. Whether it is Dashavtaar, Ramayana or the Karna and Krishna of Mahabharta, or the modern history and the independence struggle, Identity and Identity crisis existed. In the mid of Kurukshetra the situation of Arjun clearly reflects the case of identity crisis. As on date, the world is facing with population outbursts and its consequences. Whereas on one side it is a boon on other side it proves a curse. The perception of the population remains purely upon the positioning of that country as the developed, undeveloped or the developing countries. As if the problems were less, the pandemic added itself to the list of crisis and people kept suffering. Whether individual, society or nation; whether physical, mental, emotional, social, political, economic, or spiritual, people across the globe are undergoing some or the other crisis. Nevertheless, most of the people are suffering existential crisis. But still the show goes on with the hope of a better future ahead. Individuals in their life time acquire several roles as such son/daughter, brother/sister, wife/husband, elder/younger, married/unmarried etc. which is treated or perceived as an identity. Not restricting to this, there are several other demographics as such the gender, age, SES, group, grade, caste, race, religion, province, language, nationality which in most cases serve as an identity, the power of which can't be undermined for in several cases it serves as an identity for an individual. Notwithstanding to these demographics are the profession that serves the human as an identity maybe as professor, teacher, doctor, lawyer, author, poet, painter, cricketer, footballer, artist, musician, hotelier, entrepreneur, industrialist etc. Hereby the temporal or the time being

role is perceived as identity. Even poetry, language, culture, the legacy, history etc. is considered as an identity. The identity of the tribals, transgender, sex workers, human scavengers struggling for their survival posits severe questions. Position, power, richness, poverty, education, knowledge, illiteracy, skin colour, habits/traits, group etc. also turns as an identity. Not restricted to the individual, community, and locality; internationally also there are questions of identity either for maintaining supremacy or to acquire the supremacy and even more. These and many more are the perceived identities of the individuals which in most cases is adhered severely and creates differences in the society and turns the society diverse. With all these identities, even with a little change in the environment or even the idea of the change in our comfort zone keeps us horrified, terrified and creates identity crisis.

Amidst this diversity, the fact remains that although we have so many identities, our dreams are far from reality. Our cultural systems sometimes seem to be crashing down, social engineering turning chaotic… Maintaining communal harmony is facing huge challenge and so on... With this background, it becomes very important to answer the questions that has remained unanswered - What is our identity? How should we be identified?

And with this background the international conference on Identity Crisis: World at A Cross Road was organised on 4th and 5th December, 2021. The conference elaborated on identity – its formation, development, transformation and crisis with participation from about 25 countries, 49 universities, 18 speakers, 427 participants of which 149 were the international participants who were distributed in 30 parallel sessions spread across the two days.. The key participating countries included India, China, Pakistan, Malaysia, Israel, Canada, USA, UK, Belgium, Italy, Spain, Turkey, Belgium, South Korea etc. Each of the speakers from the different countries were distinguished academician with a list of publications accrediting them as a distinguished author, poet or critic or researcher. The conference with such great dignitaries enabled better lessons to the participants which is likely to expand the horizons of our thoughts and help us to answer – who am I?

We are happy to present these volumes that include the papers received till 4th November, 2021. With hope for existence of humanity and being more human, I am sure that these volumes will be much fruitful for the academicians, researchers, faculty members, teachers and enthusiastic learners.

May the humanity, truth and peace hail.

Thank you.

Avdhesh Jha

Organizing Committee Members

Organising Committee

Conference Chair

Avdhesh Jha, CVMU, India

Conference Co-Chair

Rajshree Vaishnav, RTMNU, India
Lalima Singh, S. S. Khanna Girls' Degree College, Allahabad, India

Conference Co-Chair International

Mustafa Aslan, Istanbul Gelisim University, Turkey

International Advisory Board

AmarpreetSingh Ghura, Flame University, Pune
A. K. Kulshrestha, DEI, Agra
Asha Thokchom, G. P. Girls College, Manipur
Azamat Maksuddnov, KTMU, Kazakhastan
Cao Chenrui, YMU, Yunnan
Celaleddin Serinkan, Pamukkale University, Turkey
Dang Tian, XISU, Xian
Deepak Verma, BRAUSS, Mhow
Govind Dave, CVMU, Gujarat
Hu Rui, GDUFS, Guangzhou
J. B. Patel, MBPCE, Gujarat
Jitesh Talati, RPAC B.Ed. College Borsad,
Kanhaiya Chaudhary, (Rtd.),Indian Council of Agricultural Research(ICAR), Ministry of Agriculture & Farmers' Welfare, GoI., India
Logiswari Indiran, UTM, Malaysia
Lu Fang, YMU, Yunnan
Mahesh Dixit, Gujarat Vidyapith
N.V. Bose, HMPIETR, Gujarat
Nidat Barot, ILT Rajkot
Paresh Acharya, SPU, Anand
R. Shashikumar, Banglore Uni., India
Rajesh Sharma, SCNCE, Ahmedabad
Ramanjeet Singh, ADMAA
Rani Dubey, Sagar University, M.P.
Sanjeev Sonwane, SPPU, India
Sunny Thomas, Faculty of Arts, CVMU, India
Sureshbhai C. Padavi, Dept. of Education, SPU, Anand
Veena Jha, Chouhan College of Education, Bhopal
Veerendra Kumar Mishra, Dept. of English & Modern European Languages Banasthali Vidyapith
Vivekanand Jha, Govt. Model College, Jhabua

Track Speakers

- Albert Russo, Israel
- Catherine O'Leary, UK
- Mayy ElHayawi, Egypt
- Albert Russo, USA
- Shanti C. Sandaran, Malaysia
- Safak Ural, Turkey
- Dallel Sarnou, Algeria
- Bruce Meyer, Canada
- John Casquarelli, Istanbul
- Natalia Fernandez Diaz, Cabal- Spain
- Aliakbar Imani, Malaysia
- Navalkishore Paswan, India

Program Committee & Regular Session

Anjali Dave, WMCE
Chirag Darji, WMCE
Manish Gupta, WMCE
Preeti Shrivastava, WMCE
Nandkishor Pimpalkar, WMCE
Nirali Soni, WMCE
Parinita Ratnaparkhi, WMCE
Sarita Soy, WMCE

Design and Promotion Chair

Ts. Liew Foong Ching
Deputy Director
Community College Kuching
Malaysia

Publication Chair

Chirag Darji, WMCE
Nishreen Pathan, SEMCOM
Parinita Ratnaparkhi, WMCE
Rajnikant Dodiya, HMPETIR

Plenary Session Committee

Anjali Dave, WMCE
Nirali Soni, WMCE
Rajesh Sharma, GU
Rameshsingh Chauhan, GU

Finance Committee

Amit Macwan, WMCE
Dipen Patel, WMCE

Registration Committee & Certification

Megha Advani
Nandkishor Pimpalkar
Nancy Francis
Shreya Patel
Shruti Gor
Divya Singh

Local Arrangement Committee

Jaymin Parekh
Manish Gupta
Vikas Makwana
Viraj Chauhan

I.T. Assistance Chair

Bhavin Prajapati, WMCE
Dipen Patel, WMCE

Social Activities Chair

Preeti Shrivastava
Shreya Parmar
Siju Virji
Umang Prajapati
Vinod Vaghela
Tahura Memon

Administrative Support Committee

Mahesh Machhi
Mahendra Mahelava
Anandiben Macwan

List of Participants

Full Name	Country
Dr. Sarika M. Patel	India
Dr. Vinu Agrawal	India
Dr. Parth Dey	India
Achala Shrivastav	India
Anjana V. M.	India
Anupriya Pandey	India
Apoorv Tulajashankar Joshi	India
Dr. Ketan K. Gediya	India
Arpita Pareshchandra Mondal	India
Dr. Mustafa Aslan	Turkey
Bharat Senva	India
Blessy Babu	India
Dabhi Mahendrakumar Dahyabhai	India
Dangrani Riya Sunilkumar,	India
Dr. Arvind Paikrao	India
Dr. Rajnish Mishra	India
Dr. Sumita Sahgal	India
Dr. Alok Malviya	India
Dr. Anjali Dave	India
Dr. Archana K. Thakare,	India
Pankaj Wamanrao Matte,	India
Dr. Dhaval B. Solanki	India
Dr. Durgesh Singh	India
Dr. Jignesh Patel	India
Dr. Kalpesh V. Patel	India
Dr. Jyoti Kapoor	India
Dr. Monika Kumari	India

Dr. Neerja Sachdev	India
Dr. Neeta Sahu	India
Dr. Neha Rai	India
Dr. Nilima Suresh Charde	India
Dr. Nutan Bhanudas Chavan	India
Dr. Prabhat M. Kasra	India
Dr. Preeti Yadav	India
Dr. Rashmi Singh	India
Dr. Sanyukta Thorat	India
Dr. Shabnam Parveen	India
Dr. Sharmila Vaish	India
Dr. Sheo Shankar Srivastava	India
Dr. Shraddha Rai	India
Dr. Sippy Singh	India
Dr. Sweta Sharadkumar Chauhan	India
Dr. Tulna Sharma	India
Dr. Darshana S. Rohit	India
Dr. Manjushree N. Ghotekar	India
Dr. Swati S. Raut	India
Farhin D. Rathod	India
Gundu Spandhana	India
Jaymin V. Parekh	India
Jyoti Panchdev Patel,	India
Kalpana Lale	India
Dr. Chirag Darji,	India
Kalpanaben Arjunsinh Parmar,	India
Khusbu Ramanuj	India
Madhusmita Behera,	India
Dr. Renu Yadav	India
Md. Akhlaqur Rahman	India
Pranjal Moradiya	India
Mohini Shukla	India
Nandkishor T. Pimpalkar	India
Aditi Pimprikar	India
Geeta R Shrimali	India

Snehal Chavda	India
Arman Nisha Ansari	India
Sandhya Patel	India
Sarita S Ogale	India
Sefali Patel	India
Shruti Gor	India
Neha Sharma	India
Neha Tiwari	India
P. N. Brahmbhatt	India
Pinal B Joshi	India
Prakash George	India
Preeti Singh	India
Dr. A. K. Kulshrestha	India
Manoj Kumar	India
Dr. Priti Sharma,	India
Ramesh Vankar	India
Virji Siju	India
Rashmi Gupra	India
Rittam Raval	India
Dr. Chirag Darji	India
Riyaben Patel	India
Sapna Thomas	India
Sarita Agrawal	India
Sarita Soy	India
Shivani Dave	India
Shreya Parmar	India
Shubhra Malviya	India
Smita Kumari	India
Smitha. S. Ezhava	India
Sonal Ulal Sarkar	India
Vaishaliben Bhimsingbhai Chaudhari	India
डॉ. सौम्या कृष्ण	India
Cao Chenrui	China
Feng Libing	China
Gan Luting	China

Liu Peng	China
Ye Qianyuan	China
Guo Weirong	China
Fu Rong	China
Chao Wei	China
Li Li	China
Li Lin	China
Lai Yuxiang	China
Zhang Yu	China
Ni Shasha	China
Xie Wen	China
Yang Yinshan	China
Wang Du	China
Li Chengfeng	China
Chen Qianyu	China
Wang Yuyan	China
Luo Heng	China
Li Yujia	China
Wang Xining	China
Ma Jiahao	China
Wang Shunyan	China
Guo Zhimeng	China
Lu Jie	China
Zhong Lan	China
Sun Rong	China
Bai Fan	China
Zhou Rong	China
Yu Beibei	India
Li Haoliang	China
Lou Xi	China
Chen Rong	China
Shalini A/P Selvaraj	Malaysia
Shanti C Sandaran	Malaysia
Zhang Xu	Malaysia
Noor Mala binti Ibrahim	Malaysia

Sajid Hussain,	Malaysia
Shanti C. Sandaran,	Malaysia
Saeed Ahmad	Malaysia
Lee Yu Man	Malaysia
Logaiswari Indiran	Malaysia
Umar Haiyat Abdul Kohar	Malaysia
Noraindah Abdullah Fahim	Malaysia
Nurrina Abdul Rahim	Malaysia
Liew Foong Ching	Malaysia
Adelekun Isaac Abiodun	Nijeria
Luigi Pio Leonardo Cavaliere	Italy
Asst. Prof. Dr. Akif Abdullah	Turkey
Lect. Dr. Mehmet Kaplan	Turkey
Asst. Prof. Dr. Berna Turak Kaplan	Turkey
Cansu Galaş	Turkey
Asst. Prof. Dr. Esra Gökçen Kaygisiz	Turkey
Asst. Prof. Dr. Cihat Kartal	Turkey
Prof. Dr. Recep Yücel	Turkey
Lect. Dr. Demet Çakıroğlu	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Nuran Öztürk Başpınar	Turkey
Prof. Dr. Deniz Zeren	Turkey
Gülay Güler	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Derya Yayman	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Duygu Hıdıroğlu	Turkey
Dr. Eda Dineri	Turkey
Esra Gözde Eren	Turkey
Asst. Prof. Dr. Ayşe Esra Peker	Turkey
Asst. Prof. Dr. Sema Yaşar	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Gökben Bayramoğlu	Turkey
Emre Uysal	Turkey
Ahmet Karkı	Turkey
Asst. Prof. Dr. Gökhan Karhan	Turkey
Asst. Prof. Dr. Habibe Güngör	Turkey
Dr. Haydar Baki Dogan	Turkey
Huseyin Şenerol	Turkey

Dr. Hüseyin Yılmaz	Turkey
Res. Asst. İbrahim Yıkılmaz	Turkey
İdris Manay	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Ömer Faruk Demirkol	Turkey
Lect. Dr. Kürşad Özkaynar	Turkey
Asst. Prof. Dr. Tarık Yolcu	Turkey
Lect. Mehmet Akif Çakirer	Turkey
Dr. Serkan İnam	Turkey
Merve Bayraktar	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Yusuf Öcel	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Mesut Doğan	Turkey
Prof. Dr. Mpanya Mpanya Jeannot	Congo
Dr. Ali Kasta Mukendi	Congo
Asst. Prof. Dr. Murat Bayat	Turkey
Assoc. Prof. Mustafa Aslan	Turkey
Asst. Prof. Dr. Mustafa Kevser	Turkey
Asst. Prof. Dr. N. Tülin İrge	Turkey
Dr. Naciye Kaya	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Vildan Durmaz	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Nevin Karabıyık Yerden	Turkey
Lect. Nida Palabıyık	Turkey
Dr. Nuran Varışlı	Turkey
Lect. Nurdan Kalaycı	Turkey
Sinem Sönmez	Turkey
Osman Serhat Polat	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Osman Yılmaz	Turkey
Msc. Leyla Şahin	Turkey
Asst. Prof. Dr. Özgür Çark	Turkey
Asst. Prof. Dr. Seda Gökdemir Ekici	Turkey
Dr. Selçuk Yasin Yildiz	Turkey
Asst. Prof. Dr. Selim Çam	Turkey
Prof. Dr. Serpil Ağcakaya	Turkey
Lect. Dr. Ferhan Çakır	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Sevgi Işık Erol	Turkey
Lect. Sidar Atalay Şimşek	Turkey

Asst. Prof. Dr. Taleh Halilov	Azerbaijan
Prof. Dr. Ufuk Karadavut	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Vedat Yılmaz	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Yaşar Akça	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Yıldız Atmaca	Turkey
Yıldız Tenteriz	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Emre Bilgin Sarı	Turkey
Prof. Dr. Rahmi Yücel	Turkey
Dr. Derya Yücel	Turkey
Dr. Ahmet Deniz	Turkey
Zübeyde Melek Kavraz	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Elif N. Demircioğu	Turkey
Dr. Doğan uzun	Turkey
Şükriye Tümay Erdil	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Selçuk Korucuk	Turkey

Contents

1.

Symbiotic Relations in Organizations
ÖRGÜTLERDE SİMBİYOTİK İLİŞKİLER

Dr. Mehmet Kaplan*

Dr. Berna Turak Kaplan**

ÖZET

Örgütlerde simbiyotik ilişkiler biyolojik kökenli simbiyoz kavramından türetilen bir kavram olarak organizmanın/örgütün içindeki karşılıklı ilişki bağlamına dayanan bir örgütsel yaşam biçimidir. Bu yaşam biçiminde biyolojik esinlenmesine bağlı olarak çalışanlar birlikte ve birbirine bağımlı olarak yaşamaktadırlar. Örgüt içinde de böyle bir yaşamın ve ilişkilerin varlığı çalışanların birbirine yarar sağlama ve/veya zarar üretme noktasında ele alınmaktadır. Örgüt içinde bir başkasına bağımlı olanlar, bir başkası üzerinden geçinenler, bir başkasının gölgesinde/gücünde yer alanlar gibi ilişkiler ile yaşamlarına devam eden kişiler bulunmaktadır. İşte bu çalışma örgütlerdeki simbiyotik ilişkilerin yapısı ve işleyişini ortaya koymaya yöneliktir. Kavramsal inceleme ve işlevsel ortaya koymaya yönelik bu çalışma iş/örgüt yöneticilerine pratik öneriler barındırabilir.

Anahtar Kelimeler: Örgüt, simbiyotik, simbiyotik ilişki, simbiyotik yaşam.

Abstract

Symbiotic relations in organizations, as a concept derived from the concept of biological symbiosis, is an organizational life style based on the context of interrelationship within the

---

***Lect., Isparta University of Applied Sciences.**

****Assistant Professor, Isparta University of Applied Sciences.**

organism/organization. in this lifestyle, employees live together and dependent on each other, depending on their biological inspiration. The existence of such a life and relationships within the organization is discussed at the point of providing benefits and/or harm to each other. There are people in the organization who continue their lives with relationships such as those who are dependent on someone else, who live on someone else, who are in the shadow/power of someone else. This study aims to reveal the structure and functioning of symbiotic relationships in organizations. This study, which is aimed at conceptual analysis and functional presentation, can contain practical suggestions for business/organizational managers.

Keywords: Organization, symbiotic, symbiotic relationship, symbiotic life.

METAFORU KULLANILAN SİMBİYOZ KAVRAMI

Doğada farklı türdeki bazı canlıların birlikte hareket ettikleri bilinmektedir. İki organizmanın fiziksel olarak birbirine bağlı yaşam sürmeleri veya bir organizmanın diğer bir organizmanın içinde yaşaması hali Biyoloji biliminde "Simbiyotik İlişki" olarak tanımlanmaktadır. Bu karşılıklı ilişki her iki tür için de kazanç sağlamaktadır. Simbiyotik ilişkiye verilebilecek en iyi örnek, Oxpecker (bir tür temizlikçi kuş) ve Zebra arasındaki ilişkidir. Oxpeckers, Zebraların üzerine inip derileri üzerinde yaşayan kene ve diğer parazitleri yemektedir. Bu süreçte, Oxpeckers beslenmekte, Zebra ise parazitlerinden kurtulmaktadır (Kılıç, 2020)

Simbiyotik ilişkilerin üç temel çeşidi bulunmaktadır. Bunlar; mutualizm, kommensalizm ve parazitizimdir. Mutualizmde, her iki organizma, aralarındaki iş birliğinden fayda sağlamaktadır. Söz gelimi, termitler sindirim sistemlerinde yaşayan, selülozu sindiren mikroorganizmalara sahiptir. Termitler, bu mikroorganizmalar olmadan, yedikleri odundan hiçbir besin sağlayamazlar. Diğer yandan, termitler, bu mikroorganizmalara besin ve yaşama yeri sağlamaktadırlar. Kommensalizmde, bir organizma simbiyotik ilişkiden yararlanırken diğeri bundan etkilenmemektedir. Örneğin, remora köpekbalığına tutunmuş olarak yaşayan küçük bir balıktır. Köpek balığının besinlerinden arda kalan yiyecek artıklarını yemek için kendini köpekbalığından ayırır. Böylece köpekbalığı remoraya besin sağlamaktadır. Ancak remoranın köpek balığı için bir faydası da, zararı da bulunmamaktadır. Parazitizmde ise bir organizma simbiyotik ilişkiden fayda sağlarken, diğeri bundan zarar görmektedir. Yararlanan organizmaya asalak, zarar görene de konak denilmektedir. Bazı parazitler konaklarında hafif bir zarara neden olurken, diğerleri konağı ölüme bile götürebilmektedir. Örneğin şeritler (tenyalar) çeşitli hayvanların sindirim sisteminde yaşayan parazitlerdir. Burada, besinlerini bulabildikleri ve gelişip üreyebildikleri uygun bir ortam vardır ancak konak şeritlerin varlığından zarar görmektedir (ktu.edu.tr).

ÖRGÜTE METAFORLANAN SİMBİYOZ KAVRAMI

Simbiyoz terimi genellikle farklı biyolojik türler arasındaki yakın ve genellikle uzun vadeli etkileşimleri tanımlamaktadır. Kavram ilk olarak 1879'da Alman mikolog Heinrich Anton de Bary tarafından kullanılmıştır ve kavramı "benzersiz organizmaların birlikte yaşaması" olarak tanımlamıştır. 20. yüzyılın ortalarından itibaren simbiyoz kavramı tıp, ziraat, ekonomi ve sosyal bilim alanlarında da kullanılmaya başlanmıştır. Simbiyotik bir ilişki karşılıklı olarak

faydalıdır ve farklı türden varlıklar arasındaki bir ortaklıktır. Söz gelimi resmi ve gayri resmi organizasyon yapıları çok farklı varlıklardır ancak organizasyonel çevikliği artırmak için karşılıklı olarak faydalı bir ilişki içinde var olmaları gerekmektedir. Bu resmi ve gayri resmi yapılar arasındaki bütünsel ve verimli bir simbiyoz, etkinleştiricilerin ve destekleyici faktörlerinin örgütsel, kurumsal ve bireysel girdiler bağlamında yer almasını ve bu girdiler tarafından yasalaştırılmasını gerektirmektedir. Örgütsel ve kurumsal girdilerden oluşan formel örgütsel yapılar önemli olup, kontrol temelli bir yaklaşımla daha fazla yardımcı olurken, informal girdiler daha çok güven ilişkilerine ve paylaşılabilir bir niyete dayalı bir yaklaşımla, kendi kendini örgütleyen davranış ve informal davranışların oluşumunu içeren bir yaklaşıma destek olmaktadır (Ali, 2016: 63-68).

ÖRGÜTLERDE SİMBİYOTİK İLİŞKİLER

İçerisinde bulunduğumuz çağda organizasyonların, hızla değişen çevre koşulları karşısında yalnız başlarına mücadele etmelerinin zaman içerisinde güç bir hal almasından dolayı diğer organizasyonlarla çeşitli şekillerde ilişkiler geliştirmekte oldukları görülmektedir. Küreselleşme, bilgi işleme ve iletişim teknolojileri alanındaki gelişme ve değişimler ve insan ögesinin değişen yapısı organizasyonların varlıklarını tehdit eden çevre koşulları arasında ön sırada yer almaktadır. Bu koşullarla mücadeleyi kazanabilmek için organizasyonlar birbirlerinin eksik yönlerini tamamlayacak şekilde bir araya gelmektedirler. Bu bir araya gelişle beraber organizasyonlar değişen çevre koşulları karşısında uyum yeteneklerini arttırmakta ve teknolojilerini geliştirme olanağı yaratmaktadırlar ve böylece karşılıklı fayda elde etmeyi amaçlamaktadırlar. Bahsedilen bu durum metaforik anlamda simbiyotik ilişki olarak değerlendirilmektedir. Simbiyotik ilişkinin özünde organizasyonların varlıklarını sürdürebilme mücadeleleri bulunmaktadır. Bu bağlamda buradaki temel amacın değişen çevre koşulları karşısında rekabet avantajı sağlamak olduğu söylenebilmektedir. Simbiyotik bir ilişkinin amacı, yeni fenomen ve değerlerin ortaya çıkmasının sağlanmasıdır. Simbiyotik ilişki içerisinde önemli bir yeri olan sinerji kavramına da değinilmesi gerekmektedir Bir bireyin yalnızca tek elini kullanarak alkış tutabilmesi mümkün değilken, diğer elin yardımıyla alkış tutması kolaydır. İki elin birlikteliğiyle gerçekleşen bu güce sinerji denilmektedir. Sinerji, organizasyonun fonksiyonlarının uyum içerisinde faaliyetlerini sürdürmesi olarak tanımlanabilirken, herhangi iki taraf arasında oluşan beraberliği açıklamak için de kullanılabilmektedir. Sinerji dahilindeki bir iş birliğinde ulaşılması istenen, belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere bir araya gelen tarafların belli bir seviyede ahenk içerisinde çalışmasıdır. Böylece oluşan bir birliktelik simbiyotik ilişkiye örnek teşkil edebilmektedir. Çünkü sinerji yaklaşımında bir araya gelen taraflar ortak bir amaca hizmet etmekte ve rekabet avantajı elde edebilmek için karşılıklı fayda sağlamayı hedeflemektedir (Köksal, 2011: 56-58).

Simbiyotik kavramının tanımı gereği bu şekilde işleyen bir örgüt şeklinden beklenen, her iki tarafın da ilişki süresince karşılıklı fayda sağlıyor olmasıdır. Yönetici var olan bilgi ve deneyimini örgütteki diğer bireylerle paylaşarak onlara katkı sağlamakta, yeni iş olanaklarının önünü açmakta, doğru yatırımları desteklemekte, örgütün tüm iş birimlerini kavramakta, bürokrasiyi azaltmakta ve karar mekanizmalarını hızlandırmaktadır. Yalın bir ifadeyle, örgütü geliştirerek ileri taşımakta, örgüt de onu yetkili organları vasıtası ile ödüllendirmektedir. Bu

durum yönetim açısından simbiyotik bir örnek olarak ele alınabilmektedir. Ancak simbiyotik durumun tek taraflı olarak aşırılaşması durumu ortaya çıktığında, yani taraflardan birinin elde ettiği fayda diğerininkine oranla ölçüsüz şekilde artış gösteriyor ise, diğer bir deyişle simbiyotik ilişki paraziter ilişkiye dönüşme yolundaysa, bu paylaşım paydaşların hoşlanmayacağı bir duruma dönüşür. Belirtilen faydalara ulaşma amacından uzaklaşarak, örgütle bütünleşme aksine delegasyon yapan, katılımcı karar almayı reddeden, her konudan haberdar olma ve her detayla kendisi ilgilenme güdüsü artan ve nihai olarak düzgün önceliklendirme yetisini de kaybeden bir yönetim sistemine sebep olur. Bu durum örgütlerde hantallaşmaya, yerinde ve zamanında karar alınamaması sonucu krizlere, yönetim ve denetim zafiyetlerine, kuralların keyfi uygulanmasına, yönetim kademesi ve/veya çalışanlar arasında bu keyfi davranışlar nedeniyle hızlı motivasyon kaybı gibi negatif sonuçları doğurmaktadır (Çolakoğlu, 2019:).

Bir çok bilim dalında kullanılmasına karşın, işletme ve yönetim alanında simbiyoz ya da simbiyotik yaşam kavramının kullanımının sınırlı bir çerçevede olduğu görülmektedir. Ancak simbiyoz teriminin işletme ve yönetim literatürüne uyarlanmasıyla beraber organizasyonlar arası simbiyotik ilişkilerden (endüstriyel simbiyoz) söz edilmeye başlanmıştır. Örgütler, simbiyotik bir ilişki kurarak birbirlerinden karşılıklı fayda sağlamakta ve bu sayede rekabet üstünlüğü elde tutmaya çalışmaktadırlar. Değişken ve kompleks çevre koşullarına karşı meydan okumak veya uyum sağlayabilmek, yeteneklerini birleştirmek, maliyetlerini düşürmek, teknolojilerini arttırmak gibi nedenlerle örgütler, birbirlerinin zayıf taraflarını tamamlamak ve güç birliği yapmak adına bir araya gelmektedirler. Örgütleri, bu güç birliğine yönlendiren, karşılıklı fayda elde etme, varlıklarını sürdürme ve rekabet avantajı edinme çabasının ta kendisidir. Örgütler arası bu tür iş birlikleri, simbiyotik ilişki olarak değerlendirmek mümkündür. Simbiyoz kavramının işletme ve yönetim literatüründeki yerine değindikten sonra biyoloji bilimiyle ortaya çıkan simbiyotik ilişki türlerinden yola çıkarak örgütlerde simbiyotik ilişki içinde yaşayan üç tip çalışan ve onların davranışlarından söz edilebilmektedir: bu çalışan tipleri, İşbirlikçiler, sığıntılar ve asalaklardır.

Örgütlerde bazı çalışanlar, sinerji, takım çalışması, yardımlaşma, uzlaşma ve dayanışma gibi pozitif ve işbirlikçi davranışlar geliştirebilmektedir. Çalışanlar arasındaki bu tür davranış ve ilişkiler, simbiyotik ilişki türlerinden, karşılıklı faydayı gözettikleri için yardımlaşma ve ortaklık içerinde hareket eden "mutualizm"le metaforize edilmiş ve "İşbirlikçiler" olarak değerlendirilmiştir.

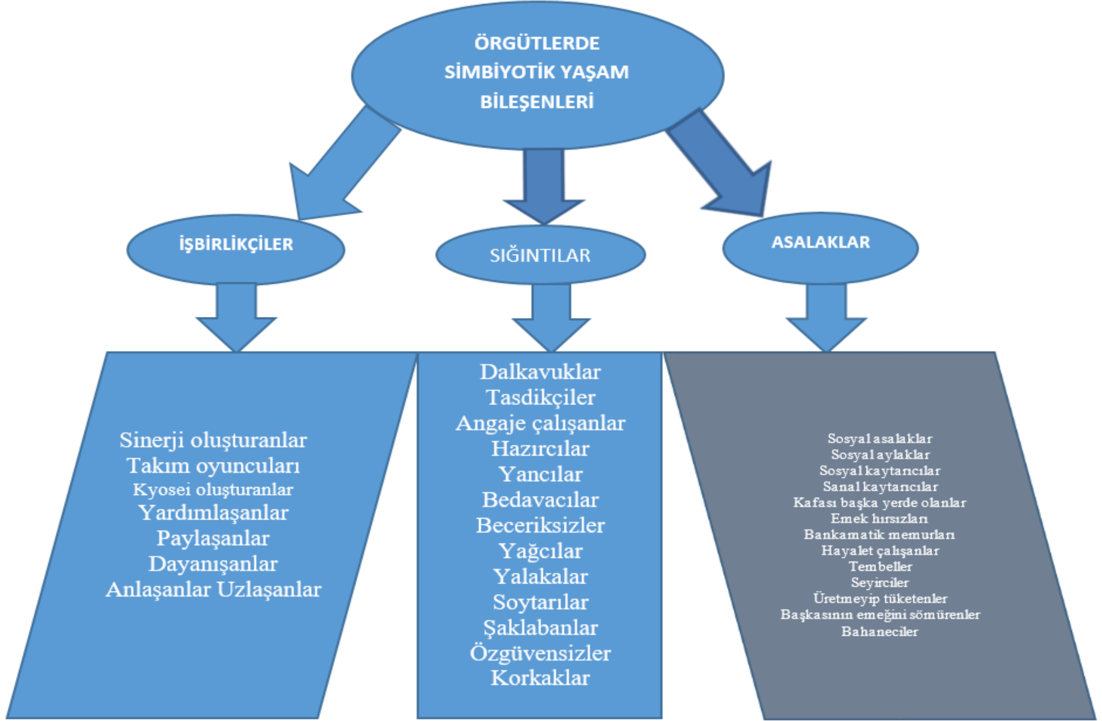
Örgütsel yaşam dahilinde, dalkavukluk, yalakalık, yağcılık yapan, tasdikçi, hazırcı ve bedavacı davranan, acizlik gösterme gibi davranışlar barındıran, bir başkasının gölgesi altında yaşayan çalışanlar da vardır. Bu tür kişiler ve onların doğurduğu ilişkiler simbiyotik ilişki türlerinden bir tarafın fayda sağlarken diğer tarafın olumlu ya da olumsuz olarak etkilenmediği, tek taraflı bir birliktelik olarak değerlendirilen "kommensalizm" dahilinde ele alınarak "Sığıntılar" olarak sınıflanmıştır.

Üretmeden tüketmek, başkasının sırtından geçinmek, tembellik etmek, kaytarmak, aylaklık etmek gibi davranışlar sergileyen örgüt çalışanları ve onların davranışları, taraflardan birinin yarar sağlarken diğerinin zarar gördüğü simbiyotik ilişki türü olan "parasitizm"e benzetilerek

"Asalaklar" olarak değerlendirilmiştir.

Örgütlerde simbiyotik ilişki içerinde olan bu üç tür çalışan tipi ve davranışlarını Şekil 1'deki biçimde ele almak mümkündür. (Mücevher, 2021: 175-176).

Şekil 1: Örgütlerde Simbiyotik Yaşam Bileşenleri



***Kaynak:** Mücevher, M.H. (2021). Örgütlerde Simbiyotik Yaşam: İşbirlikçiler, Sığıntılar ve Asalaklar. İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi, 6(15), 182.*

SONUÇ

Kavramsal kökeni biyoloji biliminin içerisinde yer olmasına karşın simbiyoz kavramı bir çok bilim dalına da entegre bir kavram haline dönüşmüştür. Öz biçimde doğada var olan farklı tür canlıların birlikte hareket etmelerini ifade eden simbiyoz kavramı örgüt yaşamına metaforlanan kavramlardan biri olmuştur. Bunun nedeni tıpkı mutualizmdeki canlılar gibi davranış geliştiren işbirlikçi çalışanların, tıpkı kommensalizmdeki canlılar gibi davranış geliştiren sığıntı çalışanların ve tıpkı parazitizmdeki canlılar gibi davranış geliştiren asalak çalışanların örgütler içerisinde bulunmasıdır. Simbiyotik ilişkide beklenen sonuç her iki tarafın da bu ilişkiden fayda sağlamasıdır. Ancak her simbiyotik ilişkide durum bu şekilde gerçekleşmeyebilmektedir. Örgütlerdeki simbiyotik yaşamın negatif yüzü olan asalak ve sığıntı çalışanların tespit edilmesi, pozitif simbiyotik davranış geliştirmeleri adına motivasyon faktörleri belirleyerek, güdülenmelerinin sağlanması gerekmektedir. Aksi halde bahsi geçen bu çalışanlar örgütler için ciddi tehlikeler doğurabilecek ve hatta örgütlerin sonu dahi olabileceklerdir. Ayrıca örgütlerin,

simbiyotik bir ilişki kurarak birbirlerinden karşılıklı fayda sağlamakta ve bu sayede rekabet üstünlüğü elde tutmaya çalışmaktadır. Bu bağlamda örgütlerin simbiyotik ilişki kuracağı diğer başka örgütün kendisine fayda sağlayacağı ve eksik yönlerini tamamlayacağına inancının tam olması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

1. Ali, I. (2016). Doing the organizational tango: Symbiotic relationship between formal and informal organizational structures for an agile organization. Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management, 11, 55-72.
2. Çolakoğlu, M. (2019). Organizasyonları Yönetmek "Simbiyoz Yönetim". Harvard Business Review Dergisi.
3. https://www.ktu.edu.tr/dosyalar/ormankoruma_1e791.pdf, (29.11.2021).
4. Kılıç, T. (2020). *Güncel Yönetim Paradigmaları.* AZ Akademi Yayınları, İstanbul.
5. Köksal, O. (2011). Organizasyonel Etkinliği Sağlamanın Yeni Yolu: Simbiyotik Liderlik. C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 12(1), 55-72.
6. Mücevher, M.H. (2021). Örgütlerde Simbiyotik Yaşam: İşbirlikçiler, Sığıntılar ve Asalaklar. İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi, 6(15), 172-184.



2.

YETENEK YÖNETİMİ VE KARİYER YÖNETİMİ İLİŞKİSİ

Cansu Galaş*

Dr. Esra Gökçen Kaygisiz**

Özet

Yetenek yönetimi, işletme ile çalişan arasinda pozitif bir ilişkinin kurulmasina öncülük etmektedir. Bu ilişkinin kurulmasinda ise çalişani elde tutma yaklaşimlarindan biri olan kariyer yönetiminin etkisi büyüktür. Bu bağlamda çalişma, yetenek ve kariyer yönetimi kavramlarina odaklanmakta, yetenek ve kariyer yönetimi uygulamalarinin sağlik sektöründe nasil uygulandiğini belirlemeyi amaçlamaktadir. Bu doğrultuda Giresun'da faaliyet gösteren T.C. Sağlik Bakanliğina bağli özel hastanelerde görev yapan 120 katilimci üzerinde yüz yüze anket uygulamasi yapilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 23.0 programi araciliği ile faktör ve korelasyon analizlerine tabi tutulmuştur. Analiz sonuçlarina göre, yetenek yönetimi ile kariyer yönetimi arasinda kuvvetli, pozitif yönlü ve anlamli bir ilişki (r=0,745) olduğu tespit edilmiştir. Ayrica yetenek yönetimi kapsaminda yapilan uygulamalarin kariyer yönetimi üzerinde anlamli bir etkisi olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Yetenek, Yetenek Yönetimi, Kariyer, Kariyer Yönetimi.

***Ph.D Student, Giresun University.**

****Assistant Professor, Giresun University.**

Abstract

Talent management leads to the establishment of a positive relationship between company and employee. in the establishment of this relationship, the impact of career management, which is one of the approaches to retaining employees, is great. in this context, the study focuses on the concepts of talent and career management and aims to determine how talent and career management practices are applied in the health sector. in this direction, T.C. operating in Giresun. A face-to-face survey was conducted on 120 participants working in private hospitals affiliated with the Ministry of Health. The obtained data were subjected to factor and correlation analyzes via SPSS 23.0 program. According to the results of the analysis, it was determined that there is a strong, positive, and significant relationship (r=0.745) between talent management and career management. in addition, it can be said that the applications made within the scope of talent management have a significant effect on career management. It has been determined that demographic characteristics do not have a significant effect on talent and career management.

Keywords: Talent, Talent Management, Career, Career Management.

Giriş

Günümüzün rekabetçi koşullarinda var olabilmenin ve sürdürülebilir başari sağlayabilmenin anahtari, teknolojik veya ekonomik gücün yaninda yetenekli çalişanlardir. Bu çalişanlara ulaşmak, onlari işletmeye kazandirmak ve bağliliklarini kazanmak yetenek yönetimini gerekli kilmaktadir.

Yetenek yönetimi, işletmelerin çalişanlari ile olan ilişkisine odaklanmaktadir. Bu ilişkinin her iki taraf açisindan pozitif yönlü olmasi, işletme ve çalişanin geleceğine yön verebilmektedir. Yetenekli çalişanin geleceğini düşünmesinde kilit faktör ise kariyeri ve kariyeri ile ilgili beklentileridir. Çalişan, işletme tarafindan kendisinin taninmasini beklemektedir. Yeteneklerinin, bilgi veya becerilerinin farkinda olunmasini, kariyerine önem verilmesini, terfi imkâninin verilmesini, eğitim ve gelişiminin dikkate alinmasini istemektedir.

Günümüzde artik çalişan bireyler maaş durumlarindan daha fazla kariyerine önem vermeye başlamiştir. İşe ilk girdiği zamandan itibaren ayni pozisyonda olmak yetenekli bir çalişan için kabul edilemez bir sebep olmaktadir. Yetenekli çalişan yeteneğinin, bilgisinin veya deneyiminin farkinda olan kişidir. Bulunduğu yerden memnun olmadiğinda kolaylikla işi birakabilmektedir. İşte bu yüzden işletme çalişanlarina değer veren bir ortam yaratmak zorundadir. İşletmenin yetenekli gördükleri çalişanlarini işletmesinde tutabilmesi için farkli uygulamalar yoluna gidebilmesi gerekmektedir. Gerektiğinde işletmenin çalişanina danişarak kendisinden fikir almasi sadece bu uygulamalardan bir tanesini oluşturmaktadir. Üstelik bu fikir alişverişi sadece çalişanin kendisini değerli hissetmesinde kalmayarak ayni zamanda işletmeye farkli ve yeni bir bakiş açisi kazandirabilmektedir.

Görüldüğü üzere, işletmenin yetenekli çalişani ile etkileşim halinde olmasi, her iki tarafinda lehine olmaktadir. Sonuç olarak işletme, yetenekli çalişanindan üstün performans bekliyor ise bunun tek ve en önemli şarti çalişanin kariyerine önem verdiğini çalişanina hissettirebilmesi

veya gösterebilmesinden geçmektedir. Bu nedenle yetenekli çalişanlar, kariyer firsatlarinin çaliştiklari organizasyonda olmasini beklemektedirler.

Kisacasi çalişanlarinin yeteneklerinin farkina varan ve yeteneklerine göre konumlandirma yapan, ayni zamanda örgütsel kariyer haritasini çalişanlari ile paylaşan işletmeler, yetenekli çalişanlarini etkilemeyi başarmiş işletmeler olduklari söylenebilir. Yetenek yönetiminin gereği olarak yapilan tüm bu işlemler ile birlikte ortaya başarili bir işletme çikmaktadir. Başarili işletmeler de mutlu çalişanlari ortaya çikarmaktadir.

Genel olarak toparlamak gerekirse, insan kaynaklarina yeni bir bakiş açisi getiren yetenek yönetimi kavrami, bünyesinde kariyer yönetimini de barindirmaktadir. Yetenek yönetimi ile kariyer yönetiminin doğru orantili olduğunu söylemek mümkündür. Yetenek yönetimi uygulamalarinin geliştirilmesi kariyer yönetiminin de geliştirilmesine olanak tanimaktadir. Bu doğrultuda çalişmada yetenek yönetimi ile kariyer yönetimi arasindaki ilişki incelenmektedir. Çalişmada öncelikle bu kavramlar üzerinde durulmaktadir. Daha sonra bu kavramlar arasindaki ilişkiyi belirlemek için uygulanan anket sonuçlarina yer verilmektedir.

Ayrica literatür incelendiğinde, yetenek yönetimi ile kariyer yönetimi arasindaki ilişkiyi inceleyen çalişmalarin önem kazanmaya başladiği görülmektedir. Bu çalişmanin da literatüre katki sağlamasi amaçlanmaktadir.

Yetenek ve Yetenek Yönetimi

Bir işi yapabilme becerisi olarak bilinen yetenek kavrami, genellikle günlük hayatin gereklerini yerine getirmeye yardimci bir kavram olarak kullanilsa da işletme literatürüne göre işletmenin temel ve en önemli sermayelerinden biri olarak karşimiza çikmaktadir. Soyut bir kavram olmasi ayni zamanda varliğinin ortaya çikarilmasi zor olduğu için yetenek, tanimlanmasi, ölçülmesi ve geliştirilmesi zor bir kavramdir. Bu nedenle yetenek konusunda farkli tanimlamalar mevcuttur.

Türk Dil Kurumu'na (TDK) göre yetenek, "Bir kimsenin bir şeyi anlama veya yapabilme niteliği, kabiliyet"; "bir duruma uyma konusunda organizmada bulunan ve doğuştan gelen kapasite, güç" olarak tanimlanmaktadir (http://www.tdk.gov.tr).Yetenek kavrami, "Talent" kelimesini içermekte olup, Başari (Triumph), Kabiliyet (Ability), Liderlik (Leadership), Pratiklik (Easiness), Yaraticilik (Creativity) ve Zaman (Time) kavramlarinin bütününü ifade etmektedir (Doğan ve Demiral, 2008:151). Yetenek ayni zamanda bireyin tekrar eden duygu, düşünce ve davraniş özelliklerini üretken bir şekilde uygulayabilmesidir (Buckingham ve Vosburgh, 2001: 21). Diğer bir tanima göre yetenek, çalişanin aktif veya potansiyel yönünden herhangi bir konu karşisinda neleri daha iyi yapabilme becerisini ifade etmekte (Altinöz, 2009: 4) ve çalişanin zihinsel ve bedensel kapasitesini belirtmektedir.

"Yetenekli" olarak nitelendirilen bireyler performanslari ile yeteneklerini ortaya koyan ve kendini eğitim, uygulama, deneme ve yanilma ile geliştiren kişilerdir (Güner, 2016: 9). İşletmenin yildizi veya potansiyeli gibi adlandirilan (Çirpan ve Şen, 2009: 110) bu kişiler diğerlerine göre bir adim önde olan ve işletmenin değerli çalişanlari konumundadirlar. İşletmelerin başari elde edebilmeleri için temel faktör olan yetenekli çalişanlara sahip olmak,

hizli ve sürekli yaşanan değişim veya yenilikler karşisinda bu çalişanlardan maksimum düzeyde yararlanmasini gerektirmektedir (Yildirim, 2016: 44). Çalişanindan faydalanmanin yani sira çalişanina önem veren, yeteneklerinin farkina varan, özellikle de çalişan kabiliyetinden en üst seviyede verim alabilen işletmeler başariyi göğüslemişlerdir. Bu işletmelerde «Kişiye yapilan yatirim en büyük yatirimdir" olgusu geniş çapta kabul görmüştür (Tarakçi, 2016: 10). Kişiye yapilan yatirimin aslinda işletmeye yapilan yatirim olduğu bilinci gelişmeye başlamiştir. Burada önemli olan nokta ise bu bilincin gelecek dönemlerde de önemini korumasidir. Bir işletmenin başarisini her daim sürdürmesi, yeni eğilimleri yakalayarak rakiplerinin gerisinde kalmamasi, gelişmesi ve performansini her zaman en üst seviyede tutabilmesi için yetenekli çalişanlarinin olmasi ve bu çalişanlarin işletmelerde doğru işlerde yer almasi gerekmektedir (Demircioğlu, 2010: 10). Doğru iş ise başari ve sürdürülebilirlik açisindan doğru yönetimi gerektirmektedir. Bu hususta karşimiza ise yetenek yönetimi kavrami çikmaktadir. İşletmelerin rekabete dayali avantaj kazanmak için insan sermayesine olan talebi yetenek yönetimine yönlendirmektedir (Moayedi ve Vaseghi, 2016: 17).

İnsan kaynaklari yönetimine yeni bir bakiş açisi getiren yetenek yönetimi, bir anda ortaya çikmiş bir kavram değildir. Bersin'e göre (2006) kavramin ortaya çikişindan önce Personel Yönetimi (1970-1980) ve Stratejik İnsan Kaynaklari (1980-1990)dönemleri olduğunu, 1990'lardan bu yana olan dönemin ise Yetenek Yönetimini kapsamaktadir (Bersin, 2006).

Yetenek yönetimi son dönemlerde işletmeler tarafindan önem verilen konularin başinda gelmektedir. "Yetenek yönetimi, üstün performans gösterme potansiyeline sahip, yetenek ve nitelikleri itibariyle işletmenin rakipleri karşisinda fark yaratabilmesinde etkili olabilecek belirli iş gören grubuna odaklanan, yönetim kademelerinin tümünün işin içerisinde bulunmasini gerektiren, ancak özellikle liderin ilgi, destek ve yönlendirmesine daha fazla ihtiyaç duyan, stratejik temelli entegre bir İKY yaklaşimidir" (Alayoğlu, 2010: 92). Ayni zamanda yetenek yönetimi insan kaynaklarini işletme içerisinde en üst düzeyde kullanilmasini sağlayarak işletmeye yardimci olmaktadir (Whelan, Collings ve Donnellan, 2010: 491).

Yetenek yönetimi, tüm önemli iş alanlarinda çalişanlarin gelişimi için gerekli olan temel becerileri tanimlamaktadir. Teknik bilgi, çeşitlendirme, farklilaşma, deneyim, yenilikçilik, rekabet avantaji bir işletmenin rakiplerine karşi sahip olabileceği en önemli avantajlarini oluşturmaktadir. Yüksek değerli bireyler bu avantajlari kullanmaktadirlar. Dolayisiyla yetenek yönetimi, bir işletmenin İK süreçlerine eşgüdümlü ve performans odakli bir yaklaşimin benimsemesini sağlayabilmektedir (Khurshid ve Darzi, 2016: 570). Yetenek yönetimi, tüm kademelerdeki çalişanlarin yeteneklerini ve anahtar kesimlerini yani çalişanlarin kendine has özelliklerini belirleyerek daha geniş bir yaklaşimi içermektedir. Ayrica yetenek yönetimi sadece yeteneklere odaklanmamali, yetenekli insanlarin ekiplerde en iyi şekilde yer almalarini sağlamali ve sinerjik bir etki için ekip toplam yeteneği ve işletmenin yeteneklerini oluşturmalarina odaklanmalidir (Horváthová ve Durdová, 2011:795). Burada bir diğer önemli nokta ise, yetenek yönetiminin sadece üst yönetime veya yetenekli çalişana yönelik bir yönetim tarzi olmadiğidir. Burada amaç üst yönetimin ve yetenekli çalişanin bilgi ve deneyiminden faydalanabilmek ve diğer çalişanlara da bunu aktarabilmektir. Yetenekliler yeteneğine göre işletme içerisinde her

bir alana dağitilarak gruplar oluşturulabilmeli, bu sayede bilgi aktarimi yapilabilmeli ve ekip çalişmasina öncülük edilebilmelidir. İşletme bu sayede rekabet dönemlerinde çalişanlarinin birlik içerisinde bulunmalarini sağlayabilmektedir.

Kariyer ve Kariyer Yönetimi

Kariyer, çalişanin sahip olduğu tecrübeler veya bilgiler neticesinde mesleğinde ilerlemeler kaydetmesidir. Çalişanlarin iş yaşami boyunca yaptiklari işleri, çalişma hayatinda kendine kattiklari gelişme ve ilerlemeleri içeren bir kavram olan kariyer, çalişanin hayati süresince elde ettiği pozisyonlarin bütünüdür (Bingöl, 2014: 329). Kariyer, belirli bir zaman döneminde bir çalişanin kendine kazandirabileceği iş deneyimleri dizisi (Hirsh, 2007: 2) ya da kişinin kendine kattiği ve geliştirmeye odaklandiği bilgi ve tecrübe birikimidir. Bir başka anlamiyla kariyer, bir bireyin genç yaşlarda ilerleme umuduyla bir işe girdiği ve emekli oluncaya kadar sürdürdüğü onur verici bir iş olarak görülebilir (Tortop vd., 2010: 68).

Birçok insan kaynaklari fonksiyon ve faaliyette olduğu gibi kariyer de yönetilmelidir. Kariyer yönetimi olarak adlandirilan bu süreç, çalişanin bilgi, tecrübe, ilgi alanlari ile yeteneklerini dikkate alarak kariyer ilerletme faaliyetlerinin planlanmasidir. Kariyer yönetimi, çalişanin ilgi alanlarinin bilinmesinde, kariyer becerilerinin farkina varilmasinda ve geliştirilmesinde önemli olmaktadir. Çalişanin hem işletme içinde hem de işletmeden ayrildiktan sonra etkin bir şekilde kullanilmasini içermektedir (Dessler, 2019: 309). Kariyer yönetimi ayrica yetenekli çalişanlari etkilemek için bir araç olarak kullanilabilmektedir.

Kariyer yönetimi süreci ise kariyer araştirmasi, kariyer hedeflerinin geliştirilmesi ve kariyer hedeflerine ulaşmak için kariyer stratejilerinin kullanilmasi aşamalarini içermektedir (Noe, 1996: 119). Kariyer yönetimi uygulamalari işletmede; yönetici adaylarinin belirlenmesi, terfi ile iç personel kaynağinin kullanilmasi, çalişan ihtiyaçlariyla işletme ihtiyaçlarinin bağdaştirilmasi, işletme imajinin daha iyi seviyelere yükseltilmesi, olumsuz davraniş ve tutumlarin iyileştirilmesi gibi olumlu çiktilar sağlayabilmektedir (Çalik ve Ereş, 2006: 82). Kariyer yönetiminin planli programli olarak yürütülmesi çalişanin memnuniyetini ve işletmeye bağliliğini artirarak, kişinin işletmede daha kalici olmasini sağlamaktadir (Elmali, 2015: 5).

Kariyer yönetiminde önemli bir gösterge olan performans, çalişanin kariyer gelişimine katki sağlamaktadir. Başarili bir kariyer gelişimi ise çalişanlarin kendini yönetme ve değer odakli olmalarina dikkat çeken kariyer yönelimlerini gerektirmektedir (Kişi, 2021: 194). Çalişanin kendini yönetmesi, kendi kendinin patronu olmasini içerirken; değer odakli olmasi ise başari ve kariyeri kendine hedef koymasini içermektedir. Ayrica çalişanin kendine küçük bir değer katmasi bile onun için fark yaratmakta ve önemli bir katkiyi oluşturmaktadir.

Kariyer yönetiminin araç olarak kullanilmasi sadece işletmede faaliyet gösteren çalişanla sinirli değildir. Çalişanin işletmedeki konumunu belirlediği gibi işletme ile bağlarini koparan çalişana da destekleyici faaliyetler içermesi gerekmektedir (Serinkan ve Yurtseven, 2021:6). İşletmenin bu şekilde kaybettiği çalişani geri kazanma şansi ortaya çikmaktadir. Fakat işletmelerin etkin ve verimli yönetilmesinde çalişanlarin nitelik, yetenek ve yeterlilikleri gerekli olmakla birlikte yeterli değildir (Tunçer, 2012: 206). Önemli olan bu yetenekleri kullanilacak

gerekli ortamin işletme tarafindan çalişana sağlanmiş olmasi ve işletmenin çalişanlara destek vermesidir. Verilen bu destek ile birlikte çalişanin motivasyonu yükselmekte ve performans düzeyi artmaktadir.

Araştirmanin Metodolojisi

3.1. Araştirmanin Amaci ve Önemi

Araştirmanin temel amaci, Giresun ilinde faaliyet gösteren özel hastane çalişanlarinin yetenek yönetimi ve uygulamalari hakkindaki düşüncelerini analiz etmek, yetenek yönetimi ile kariyer arasindaki ilişkiyi ortaya koymaktir. Bununla birlikte çalişanlarin bulunduğu konum ile birlikte kariyeri hakkindaki algisini ölçmektir.

Çalişma, çalişanlarin yetenek ve kariyer yönetimi hakkinda algilarini ölçmesi ve özellikle yetenek yönetimi ile ilgili Türkçe literatüre katki sağlamasi bakimindan önem taşimaktadir.

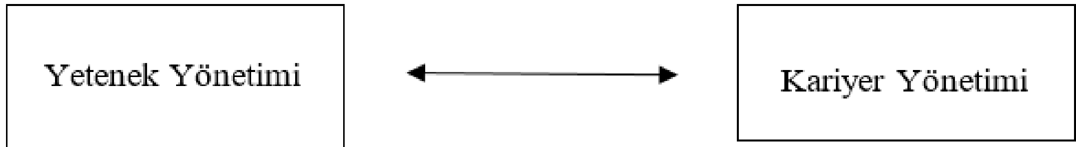
Araştirmanin Evreni ve Örneklemi

Araştirmanin evrenini Giresun'da faaliyet gösteren özel hastanelerin idari kadrolarinda görev yapan 160 personel oluşturmaktadir. Çalişanlarin bir kisminin ankete katilmayi kabul etmemeleri ya da görüşme sirasinda mesaide olmamalarindan dolayi tüm çalişanlara ulaşilamamasi gibi nedenlerden dolayi toplam 120 kişiye ulaşilmiştir. Eksik cevaplanan anketlerin elenmesi sonucu 110 anket değerlendirmeye alinmiştir. Araştirmanin örneklemi 110 kişi üzerinden kabul edilmiştir.

Araştirmanin Modeli ve Hipotezi

Yetenek yönetimi ile kariyer yönetimi ilişkisini araştirmayi amaçlayan çalişmanin modeli Şekil-1'de gösterilmektedir.

Şekil-1: Araştirmanin Modeli



Model doğrultusunda geliştirilen hipotez;

H1: Yetenek yönetimi uygulamalari ile kariyer yönetimi arasinda anlamli bir ilişki vardir.

olarak belirlenmiştir.

Araştirmanin Yöntemi

Çalişmanin bu bölümünde araştirmanin veri toplama aracina ve verilerin analizine yer verilmiştir.

Veri Toplama Araci

Araştirmada veri toplama araci olarak anket yöntemi kullanilmiştir. Hazirlanan anket üç bölümden oluşmaktadir. Birinci bölümde demografik bilgiler olan cinsiyet, yaş, medeni

durum ve eğitim bilgilerine ulaşmanin yani sira çalişanin hastanedeki çalişma süresi, toplam iş deneyimi, çaliştiği birim ve unvan bilgilerine yönelik sorular sorulmuştur. İkinci bölümde yetenek yönetimi ölçeğine yer verilmiş ve son olarak üçüncü bölümde ise kariyer yönetimi ölçeği yer almiştir.

Yetenek yönetimi ölçeği Özer Şahin tarafindan yayimlanan "Yetenek Yönetimi ve Yenilik Performansi İlişkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştirma" (2015) adli doktora tezinden, kariyer yönetimi ölçeği Figen Ereş tarafindan hazirlanan "Milli Eğitim Bakanliğinda Kariyer Yönetimi" (2004) adli doktora tezinden yararlanilarak oluşturulmuştur. Her iki ölçek için yazarlarindan gerekli izinler alinmiştir. Yetenek ve kariyer yönetimi sorularina katilma oranlarini ölçmek için Likert Tipi ölçek kullanilmiştir. Her bir soru için kişilerden kesinlikle katiliyorum (1), katiliyorum (2), kararsizim (3), katilmiyorum (4), kesinlikle katilmiyorum (5) şeklinde cevaplandirilmasi istenmiştir.

Anket sorulari yüz yüze yapilmiştir. Anket hakkinda katilimcilara kisa bilgi verilmiş ve cevaplarin gizli tutulacaği belirtilmiştir. Katilimcilarin anket sorularini cevaplarken gösterdikleri tavir ve tutumlar dikkate alinmiştir.

Verilerin Analizi ve Bulgular

Araştirma kapsaminda elde edilen verilerin analizi SPSS 23.0 paket programi kullanilarak bilgisayar ortaminda gerçekleştirilmiştir. İlk olarak katilimcilarin demografik özelliklerine ilişkin istatistiksel bilgiler değerlendirilmiştir. Daha sonra ise faktör ve korelasyon analizlerine tabi tutulmuştur.

Katilimcilarin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştirmaya katilan kişilerin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, hastanede çalişma süreleri, toplam iş deneyimi ve çaliştiği birimler ve unvan durumlari aşağida Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Katilimcilarin Demografik Özelliklerinin Dağilimi

Katilimcilarin Cinsiyet Dağilimi		Katilimci Sayisi	Yüzde
	Kadin	30	27,3
	Erkek	80	72,7
	Toplam	110	100,0
Katilimcilarin Yaş Dağilimi		Katilimci Sayisi	Yüzde
	18-22	21	19,1
	23-27	30	27,3
	28-32	32	29,1
	33 ve üzeri	27	24,5
	Toplam	110	100,0
Katilimcilarin Medeni Durumu		Katilimci Sayisi	Yüzde
	Evli	52	47,3
	Bekâr	58	52,7
	Toplam	110	100,0
Katilimcilarin Eğitim Durumu		Katilimci Sayisi	Yüzde
	Lise	45	40,9
	Ön lisans	44	40,0
	Lisans	21	19,1
	Toplam	110	100,0
Katilimcilarin Hastanede Çalişma Süreleri		Katilimci Sayisi	Yüzde
1 yildan az		20	18,2
1-5 yil		48	43,6
6-10 yil		33	30,0
11 yil ve üzeri		9	8,2
Toplam		110	100,0
Katilimcilarin Toplam İş Deneyimi		Katilimci Sayisi	Yüzde
1 yildan az		16	14,5
1-5 yil		31	28,2
6-10 yil		34	30,9
11 yil ve üzeri		29	26,4
Toplam		110	100,0
Katilimcilarin Çaliştiği Birim		Katilimci Sayisi	Yüzde

Belirsiz	16	14,5
Acil	2	1,8
Ameliyathane	1	,9
Bilgi işlem	2	1,8
Danişma	1	,9
Eczane	3	2,7
Faturalandirma	6	5,5
Fizik tedavi	3	2,7
Hasta kabul	7	6,4
Heyet odasi	1	,9
İdari birim	2	1,8
Kirtasiye	1	,9
Laboratuar	3	2,7
Muhasebe	2	1,8
Poliklinik	29	26,4
Radyoloji	3	2,7
Satin alma	1	,9
Servis	18	16,4
Ultrason	2	1,8
Vezne	2	1,8
Yoğun bakim	5	4,5
Toplam	110	100,0
Katilimcilarin Unvan Durumu	Katilimci Sayisi	Yüzde
Hemşire	16	14,5
Tekniker	13	11,8
Sekreter	54	49,1
Diğer	21	19,1
Total	104	94,5
Eksik Veri	6	5,5
Toplam	110	100,0

Tablo 1'de belirtildiği gibi katilimcilarin % 27,3' ü erkek, % 72,7'si kadin; % 19,1' i 18-22 yaş araliğinda, % 27,3' ü 23-27 yaş araliğinda, % 29,1' i 28-32 yaş araliğinda ve % 24,5' i ise 33 ve üzeri yaş araliğindadir. Ayrica katilimcilarin % 47,3 'ü evli iken % 52,7' si bekârdir. Eğitim düzeyleri incelendiğinde % 40,9' u lise, % 40,0' i ön lisans ve % 19,1' i ise lisans eğitimi aldiği sonucuna varilmiştir. Katilimcilarin hastanede çalişma süreleri incelendiğinde; % 18,2› si 1 yildan az, % 43,6' si 1-5 yil, % 30,0' u 6-10 yil ve % 8,2' si 11 yil ve üzeri hastanede aktif olarak çalişmaktadir. Toplam iş deneyimine bakildiğinda; % 14,5'i 1 yildan az, % 28,2' si 1-5 yil, % 30,9' u 6-10 yil ve %26,4' ü 11 yil ve üzerinde çaliştiklari görülmektedir.

Katilimcilarin çaliştiği birimlerde ise en yüksek değerin % 26,4 ile poliklinik çalişani (tibbi sekreter) olduğu belirlenmiştir. Unvan durumlarina bakildiğinda ise en yüksek değeri % 49,1 ile sekreterin almasi bu durumu destekler niteliktedir.

Yetenek Yönetimi ve Kariyer Yönetimi İfadelerine Ait Faktör Analizi

Çalişmada faktör analizi yapmadan önce verilerin faktör analizine uygunluğunu belirlemek amaciyla ilk olarak KMO katsayisi ve Barlett küresellik testine Tablo-2'de görülmektedir.

Tablo 2: Yetenek Yönetimi KMO ve Bartlett's Testi

Kaiser-Meyer-OlkinÖrnekleme Yeterliliği Ölçümü		,898
Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare	1291,141
	Df	210
	Sig.	,000

Tablo 2' den görüldüğü üzere KMO değeri 0,898 olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre değişkenlerin faktör analizine uygun olduğunu söylenebilir.

Tablo 3: Yetenek Yönetimi Ölçeği Döndürülmüş Faktör Matrisi

	Bileşen		
	1	2	3
yetenek18	,812	,296	,092
yetenek20	,809	,086	,236
yetenek19	,774	,251	,134
yetenek21	,773	-,043	,326
yetenek16	,749	,298	,282
yetenek17	,747	,354	,131
yetenek10	,531	,343	,448
yetenek11	,508	,401	,386
yetenek7	,417	,329	,309
yetenek13	,226	,747	,151
yetenek14	,135	,666	,079
yetenek12	,249	,658	,069
yetenek1	,104	,555	,056
yetenek15	,246	,529	,520
yetenek2	-,020	,527	,329
yetenek8	,332	,518	,125
yetenek9	,481	,490	,214
yetenek4	,040	,107	,812

yetenek6	,348	,125	,755
yetenek5	,255	,105	,673
yetenek3	,310	,212	,634

Tablo 3'te görüldüğü gibi, yapilan faktör analizinin sonucuna göre üç faktör bulunmuştur. Birinci faktör yetenekli çalişanlarin bulunmasi (bul), ikinci faktör yetenekli çalişanlarin eğitilmesi-geliştirilmesi (geliştir) ve üçüncü faktör yetenekli çalişanlarin işletmede tutulmasi (tut) şeklindedir. Fakat bu çalişmada bu üç faktör ayrimi yapilmamiş olup yetenek yönetimi sorulari bir bütün olarak ele alinmiştir. Birinci faktör altinda 9, ikinci faktör altinda 8 ve üçüncü faktör altinda 4 değişken bulunmuştur. Her bir değişkenin faktörler altindaki değerleri verilmiştir. Tabloya bakildiğinda, yetenek18 değişkeni birinci faktör (,812), yetenek13 değişkeni ikinci faktör (,747) ve yetenek4 değişkeni üçüncü faktör (,812) altinda en büyük değerlerini almiştir.

Tablo 4: Kariyer Yönetimi KMO ve Bartlett's Testi

Kaiser-Meyer-OlkinÖrnekleme Yeterliliği Ölçümü		,915
Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare	1846,240
	Df	253
	Sig.	,000

Kariyer yönetimi ölçeğine yapilan analiz sonucunda ise Tablo 4' de verilen KMO değerinin 0,915 olarak bulunmasi, değişkenlerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 5: Kariyer Yönetimi Ölçeği Döndürülmüş Faktör Matrisi

	Bileşen		
	1	2	3
kariyer6	,777	,063	,160
kariyer10	,761	,314	-,064
kariyer9	,721	,393	,102
kariyer18	,698	,497	,018
kariyer13	,688	,460	,064
kariyer14	,676	,476	,120
kariyer17	,648	,461	,167
kariyer16	,646	,461	,241
kariyer8	,639	-,028	,380
kariyer23	,633	,531	,053
kariyer11	,631	,370	,056
kariyer12	,583	,443	,053

kariyer5	,544	,262	,331
kariyer1	,526	,466	,213
kariyer4	,483	,479	,201
kariyer2	,138	,761	-,067
kariyer21	,310	,754	,168
kariyer19	,375	,670	,105
kariyer22	,586	,637	,157
kariyer20	,264	,634	,324
kariyer3	,470	,515	,216
kariyer7	,348	-,029	,785
kariyer15	-,174	,439	,690

Tablo 5’te görüldüğü gibi, yapilan faktör analizinin sonucuna göre üç faktör bulunmuştur. Birinci faktör kariyer yönetim süreci (süreç), ikinci faktör kariyer planlama (planlama) ve üçüncü faktör kariyer geliştirme (geliştirme) şeklindedir. Fakat çalişmada bu üç faktör ayrimi yapilmamiş olup kariyer yönetimi sorulari bir bütün olarak ele alinmiştir. Birinci faktör altinda 15, ikinci faktör altinda 6 ve üçüncü faktör altinda 2 değişken bulunmuştur. Her bir değişkenin faktörler altindaki değerleri verilmiştir. Tabloya bakildiğinda, kariyer6 değişkeni birinci faktör (,777), kariyer2 değişkeni ikinci faktör (,761) ve kariyer7 değişkeni üçüncü faktör (,785) altinda en büyük değerlerini almiştir.

Korelasyon Analizi ve Sonuçlari

Yetenek yönetimi ile kariyer yönetimi arasindaki ilişki olup olmadiğini belirlemek için Tablo-6’da gösterilen korelasyon analizi yapilmiş ve ele alinan değişkenlerin korelasyon katsayilari bulunmuştur

Tablo 6: Yetenek Yönetimi ve Kariyer Yönetimi Korelasyon Analizi

		Yetenek Ortalama	Kariyer_Ortalama
Yetenek Ortalama	PearsonKorelasyonu	1	,745**
	Sig. (2-kuyruklu)		,000
	N	110	110
Kariyer Ortalama	PearsonKorelasyonu	,745**	1
	Sig. (2-kuyruklu)	,000	
	N	110	110
** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlidir (Çift Kuyruklu).			

Tablo 6’dan görüldüğü üzere yetenek yönetimi ile kariyer yönetimi arasinda kuvvetli, pozitif yönlü ve anlamli bir ilişki vardir. Korelasyon katsayisi (r=0,745) olarak hesaplanmiştir. Bu sonuca göre H1 hipotezi (Yetenek yönetimi uygulamalari ile kariyer yönetimi arasinda

anlamli bir ilişki vardir) kabul edilmiştir. Bu doğrultuda yetenek yönetimi uygulamalari arttikça kariyer yönetimi uygulamalari da buna bağli olarak artacaği söylenebilir.

Yetenek yönetimi ve kariyer yönetimi arasindaki ilişkiyi inceleyen Aktaş (2018) tez çalişmasinda da yetenek yönetimi ve kariyer yönetimi arasindaki korelasyon değeri (r= 0,944) olarak bulunmasi istatistiksel olarak anlamli bir ilişki olduğunu doğrulamaktadir. Bu tez çalişmasinda, çalişanlarin çoğunluğunun verdiği cevaplara göre ortaya çikan sonuç; kariyer yönetimi uygulamalari yapilirken sorunlar ve beklentiler üzerine durulmadiği, yeteneklerin belirlenmesi için çeşitli testler uygulanmadiği veyetenek yönetimi uygulamalarina göre ise çalişanlara sistematik olarak performans değerlendirme yapilmadiği ve işletmenin vizyonu ve misyonu ile çalişanlari uyumlu hâle getirmediği şeklindedir.

Permarupan, Mahmud ve Saufi (2013) yetenek geliştirme uygulamalari ile kariyer geliştirme uygulamalari arasindaki ilişkiyi incelemiş ve kariyer geliştirme uygulamalarinin yetenek geliştirme uygulamalari üzerinde etkisi olduğunu belirtmiştir. Kariyer geliştirme uygulamalari ile çalişanin iş yaşam dengesi arasinda pozitif ve anlamli (r= 0,483) ve yetenek geliştirme uygulamalari ile çalişan iş yaşam dengesi arasinda pozitif ve anlamli (r= 0,609) ilişki olduğu sonucuna varmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Yapilan bu çalişma, çalişanlarin bulunduklari işletme hakkindaki düşüncesini ölçmek ve yetenek yönetimi ile kariyer yönetimi uygulamalarinin işletme tarafindan çalişanlara sağlama düzeylerini incelemek amaciyla yapilmiştir. Birebir anket uygulama aşamasinda çalişanlara anket hakkinda bilgi verilerek ön görüşme yapilmiş ve araştirma 110 çalişan üzerinde uygulanmiştir. Yapilan anketlerin değerlendirilmesi sonucunda araştirmaya katilanlarin büyük çoğunluğunu bayan katilimcilar oluşturmaktadir. Bu sonuç araştirma yapilan hastanelerde bayan çalişanlarin daha yoğunlukta olduğunu göstermektedir. Çalişanlarin yaş özelliklerinin incelenmesi sonucunda 28-32 yaş araliğinin yüksek çikmasi, hastane çalişanlarinin büyük çoğunluğunun genç kesim olduğunu göstermektedir. Medeni durumda bekâr durumunun yüksek çikmasi da bunu doğrulamaktadir. Eğitim seviye durumlari incelendiğinde lise seviyesinin daha yüksek çikmasi, hastanenin çalişanlari için üniversite mezunu şarti aramadiğini göstermektedir. Katilimcilarin hastanede çalişma sürelerinde 1-5 yil arasinin yüksek seviyede çikmasi çalişanlarin hastaneye yeni girmiş olasiliğini ve toplam iş deneyimlerinde 6-10 yil arasinin yüksek çikmasi ise çalişanlarinin bir kisminin önceden başka yerlerde deneyim sahibi olduğunu belirtmektedir.

Yetenek yönetimi ve kariyer yönetimi ölçeklerine uygulanan faktör analizine göre hastanelerin yetenekli çalişanlari elde etmek için çalişmalar yaptiği, hastaneye bağliliklarinin sağlanabilmesi için çalişma ortamina değer verdiği ve çalişanlarin motivasyonlarinin takip edilip durgunluk gösteren çalişanlarin motive edildiği sonucuna ulaşilmiştir. Fakat anket sorulari yüz yüze yapildiğindan dolayi katilimcilarin sorulara verdikleri cevaplarda gösterdikleri davranişlar neticesinde bu sonuçlara ulaşilmasi beklenen sonuçlar arasinda değildir. Katilimcilarin birçoğu hastane yönetiminin kendilerine değer vermediklerini araştirma esnasinda sözlü olarak dile

getirmişlerdir. Bu nedenle katilimcilarin anket sorularini cevaplarken gerçek düşüncelerini belirtmekten çekindikleri sonucuna varilabilir.

Araştirmadan elde edilen sonuçlara göre yetenek yönetimi ile kariyer yönetimi arasinda karşilikli bir ilişki bulunmaktadir. Yetenek yönetimi süreçlerinin uygulanmasi aslinda kariyer yönetiminin de uyguladiğini göstermektedir. Bu durumda yetenek yönetimi uygulamalarinin önemli olduğu sonucuna varilabilir.

Permarupan vd. (2013) kariyer geliştirme uygulamalarinin yetenek geliştirme uygulamalarina etkisi olduğunu ayni zamanda yetenek (r= 0,609) ve kariyer geliştirme uygulamalarinin (r= 0,483) çalişanlarin işe katiliminda artiş sağladiği sonucuna ulaşmiştir. İşletmelerin yetenek ve kariyer yönetimi uygulamalarina yer vermesi işletmelerde verimliliğin artmasinin yani sira çalişanin performans düzeylerinde de görülebilir artiş sağlamaktadir. Kehinde (2012) yetenek yönetimi ile performans düzeyi arasinda korelasyon katsayisini (r= 0,786) anlamli bulmasi bu durumu doğrulamaktadir. Çalişanin performans düzeyinin artmasi çalişanin motivasyonunda artiş sağlamiş olacak, işletmeye bağlilik yaratacak ve işletmenin başari düzeyi yükselmiş olacaktir. Taie (2015) yetenek yönetimi ile örgütsel başari arasinda güçlü pozitif korelasyon (r= 0,89*) ve Karam vd. (2017)'nin yetenek yönetimi ile örgütsel başari arasinda önemli bir pozitif ilişki bulmasi bu sonucu doğrulamaktadir.

İşletmelerin devamlilik gösterebilmesi, rekabet gücünün artmasi ve rakiplerine karşi üstünlük sağlamasi için yetenek yönetimine gereken önemi vermesi gerekmektedir. Yetenek yönetiminin gereği olan yetenekli çalişanlara gerekli önemi vermeyen işletmeler rakiplerine karşi geri kalmiş olan işletmelerdir. Yetenekli çalişanlarin çok fazla olmadiği günümüzde çalişanlar artik kendilerine değer veren, sorunlariyla ilgilenen işletmeleri tercih etmekte ve kariyerini en başarili şekilde devam ettirmek istemektedirler. Sonuç olarak çalişanlarina gereken önemi veren ve işletmenin önemli bir çalişani olduğunu hissettiren işletme, çalişanlari ile güçlü bir ilişkinin kurulmasina zemin hazirlamiş olmaktadir.

Araştirmanin uygulama kismini oluşturan özel hastaneler için de bu durum geçerli olmaktadir. Yukarida bahsedilmiş olan yetenek yönetiminin içerdiği sorulari hastanelerin değerlendirmeleri gerekmektedir. Hastane tarafindan yetenek yönetimi uygulamalarinin kullanilmasi çalişanin motivasyonunun artmasini sağlamakta ve sonuçta hastane içerisindeki pozisyonunda daha girişken, daha mutlu ve çalişmaya daha istekli hâle getirmektedir. İşletme tarafindan çalişanlarinin kariyerlerine de gerekli önemi verdiği takdirde belirtilen bu pozitif durumlar anlik değil çalişanin hastanede bulunduğu sürece devam etmektedir. Hipotez sonucu doğrultusunda yetenek yönetimi uygulamalari ile kariyer yönetimi arasinda ilişki olduğunun saptanmasi bilimsel olarak bu durumu doğrulamaktadir.

Literatür taramasi sonucunda elde edilen bilgiler ve yapilan araştirmalar neticesinde işletmelerin yetenekli çalişanlarini kaybetmemesi veya işletmesine bu çalişanlari dâhil edebilmesi için işletmelere verilecek öneriler aşağidaki gibi siralanabilir:

- ❖ İşletmeler ilk olarak çalişanlarina değer vermeli,
- ❖ Çalişanlarin fikirleri dinlenebilmeli ve saygi gösterilmeli,
- ❖ Çalişanlarin performans değerlendirmeleri sürekli yapilmali,
- ❖ Çalişan verimlilik düzeyleri takip edilmeli,
- ❖ Çalişan değerlendirmeleri sonucunda yeteneği fark edilmemiş çalişanlar açiğa çikarilmali,
- ❖ Çalişanlari yetenekleri doğrultusunda doğru pozisyonlara yerleştirebilmeleri,
- ❖ Çalişanlara gerekli eğitim verilerek eğitim seviyelerinde yükselme sağlanabilmeli,
- ❖ Çalişanlarin kariyerlerine gereken önemi verilebilmeleri,
- ❖ Kariyeri hakkinda bilgisi olmayan çalişanlarin bilgilendirilmesine yardimci olunmali,
- ❖ Çalişanlarin eğitim ve gelişim faaliyetleri için gerekli bütçeyi ayirabilmeleri,
- ❖ Gelecek dönemde olmasi istenen çalişanlari işletmeye bağlayabilmeli,
- ❖ Ücretlendirme yapisini doğru bir şekilde gerçekleştirmeli,
- ❖ Belirli dönemlerde anket yöntemi uygulayarak çalişanlarin işletme hakkindaki düşüncelerini belirleyebilmeli,
- ❖ Çalişan ve işletme beklentilerini karşilikli olarak belirtebilmeli,
- ❖ İşletme içi iletişimin güçlü olmasini sağlayabilmeli,
- ❖ Yeni çalişan çekebilmek adina işletmenin adini duyurabilmeli,
- ❖ Yetenekli çalişanlarin kendini gerçekleştirme isteği olduğunun unutulmamasi gerektiği,
- ❖ Yeteneğin gelişebilmesi için doğru ortamin sağlanabilmesi.

Bu maddeler artirilabilir. Sonuç olarak yetenek yönetimi sadece yetenekli çalişanlar üzerinde etkili olan bir kavram değildir. İşletmenin bütününü etkileyen doğru iş ortaminin yaratilmasini sağlayan, rekabette başari getiren, işletme devamliliğinda büyük düzeyde etki yaratan, çalişanlari elde tutmada yardimci olan, çalişanlari motive ederek farklilik yaratmasina teşvik eden, işletme ve çalişan kariyerine destek veren bir uygulama biçimidir. Tüm bu belirtilenlerden dolayi gelecek dönemlerde başarili bir şekilde ilerlemek isteyen tüm işletmelerin yetenek yönetimine ve ayrica kariyer yönetimine gerekli önemi vermeleri gerekmektedir.

Çalişmanin sinirliliği, araştirma kisminin Giresun'da bulunan özel hastaneler ile sinirli kalmasidir. Birçok araştirmada olduğu gibi zaman ve maliyetin kisitli olmasi, diğer illerdeki özel hastanelere ulaşimi engellemiştir. Araştirma sadece özel hastaneleri kapsayip kamu hastanelerini içermemektedir. Bu durumun nedeni ise kamu hastanelerindeki çalişanlarin atama yolu ile çalişmalaridir. Araştirma katilimcilarin anket formuna verdikleri cevaplar ile sinirlidir. Analiz kisminda da belirtildiği gibi hastane çalişanlarindan idari personel, hemşire, tekniker ve sekreterlere anket yöntemi uygulanabilmiştir. Doktorlarin araştirma kapsamina alinmamasinin nedeni hastane yönetimleri tarafindan anket sorularini cevaplamak için yeterli zamanlarinin olmadiğinin belirtilmesidir.

Bu çalişma sadece idari personel, hemşire, tekniker ve sekreterler üzerinde yapilmiştir. Yetenek yönetimi uygulamalarinin gerçekleşme düzeyindeki farkliliklari belirlemek amaciyla

sağlik sektörü başta olmak üzere farkli sektörlerdeki tüm pozisyonlarini da içine alacak şekilde araştirmanin tüm çalişanlara uygulanmasi, geniş kapsamli araştirmalar için önerilmektedir.

Kaynakça

1. Aktaş, N. (2018). Kariyer Yönetimi ile Yetenek Yönetimi Arasindaki İlişki: Mağaza ve Perakendecilik Sektöründe Bir Uygulama.Yayimlanmamiş Yüksek Lisans Tezi, Nişantaşi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
2. Alayoğlu, N. (2010). İnsan Kaynaklari Yönetiminde Yeni Dönem: Yetenek Yönetimi. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi (1).
3. Altinöz, M. (2009). Yetenek Yönetimi. Ankara: Nobel Yayin Dağitim.
4. Bersin, J. (2006). Why Talent Management is Key to Business-Focused Learning. Best Practices, 5(10).
5. Bingöl, D. (2014). İnsan Kaynaklari Yönetimi. İstanbul: Beta Basim.
6. Buckingham, M. & Vosburgh, R.M. (2001). The 21st Century Human Resources Function: It's The Talent, Stupid! HR. Human Resource Planning, 24(4),17-23.
7. Çalik, T. ve F. Ereş. (2006). Kariyer Yönetimi Tanimlar Kavramlar İlkeler, Ankara: Gazi Kitabevi.
8. Çirpan, H. ve Şen, A. (2009, Eylül), 1 Mayis 2017 tarihinde Web: http://butunselliderlik.com/pdf/yetenek_yonetimi.pdf.adresinden alindi.
9. Demircioğlu, H. Ö. (2010). Organizasyonlarda Yetenek Yönetimi ve Finans Sektöründe Bir Uygulama. Yayimlanmamiş Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
10. Dessler, G. (2019). İnsan Kaynaklari Yönetimi. İrge Şener ve Melisa Erdilek Karabay (çev.) Ankara: Palme Yayinevi.
11. Doğan, S. & Demiral, Ö. (2008), İnsan Kaynaklari Yönetiminde Çalişanlarin Kendilerine Doğru Yolculuk Yöntemi: Yetenek Yönetimi. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17 (3).
12. Edinsel S., (2018). Kişiliğinin Ve Örgütsel Kariyer Planlamanin Bireysel Kariyer Planlama İle Kariyer Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Bankacilik Sektöründe Y Kuşaği Üzerine Bir Araştirma. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dali, Doktora Tezi, Isparta.
13. Elmali, M. (2015). İşletmelerde Kariyer Yönetimi Uygulamalarinin Çalişan Motivasyonuna Etkileri (Bir Sanayi İşletmesi Örneği).,Yayimlanmamiş Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
14. Ereş, F. (2004). Milli Eğitim Bakanliğinda Kariyer Yönetimi. Yayinlanmamiş Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
15. Güner, M. B. (2016). Çalişanlarin Yetenek Yönetimi Algisinin İş Motivasyonuna Etkisi. Yayimlanmamiş Yüksek Lisans Tezi, Doğuş Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
16. Hirsh, W. (2007). Career development in employing organisations: practices and challenges from a UK perspective, Guidance for Workforce Development Conference (s. 1-9). Thessaloniki : Institute for Employment Studies .
17. Horváthová, P. & Durdová, I. (2011), Talent Management and its Use in the Field of Human Resources Management in the Organization of the Czech Republic. World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering, 5(5), 794-809.
18. Karam, A. K. D., Ab Yzzid, M. S., Katibi, A., & Azam, S. F. (2017). Human Resource Management and Talent Management Towards Organizational Success of Aluminium Industry in United Arab Emirates (UAE): A Measurement Model. European Journal of Human Resource Management Studies.
19. Kehinde, J. (2012). Talent Management: Effect on Organizational Performance. Journal of Management Research, 4 (2), 178-186.
20. Khurshid, R. & Darzi, M. (2016). Managing talent for competitive advantage. International Journal of Applied Research, 2 (2), 569-571.
21. Kişi, N. (2021). Toplum 5.0'da İnsan Kaynaklari. Endüstri 4.0'dan Toplum 5.0'a: Dijitalleşmenin Gücü içinde.

Ed: Salih Zeki İmamoğlu &Serhat Erat. Ankara: Nobel Yayincilik.

22. Noe, R. A. (1996), Is career management related to employee development and performance?. Journal of organizational behavior, 17(2), 119-133.
23. Permarupan, P., Saufi, R. & Mahmud, R. (2013). The Relationship Between Career Development and Talent Development Practices: Towards Employee Quality Work Life Balance. International Journal of Multidisciplinary Thought, 3 (2), 463-475.
24. Serinkan, C. & Yurtseven, S (2021). Örgütsel Kariyer Yönetimi ve Örgütsel Bağlilik. Çanakkale: Paradigma Akademi.
25. Şahin, Ö. (2015). Yetenek yönetimi ve yenilik performansi ilişkisi: Konaklama işletmelerinde bir araştirma. Yayinlanmamiş Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydin.
26. Taie, E. (2015). Talent Management is the Future Challenge for Healthcare Managers for Organizational Success. American Research Journal of Nursing, 1 (1), 18-27.
27. Tarakçi, H. (2016). Yetenek Yönetiminin Örgütsel Bağlilik, İş Tatmini ve İşten Ayrilma Niyetine Etkisi. Yayimlanmamiş Yüksek Lisans Tezi, Kirikkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kirikkale.
28. Tortop, N., Aykaç, B., Yayman, H. & Özer, M. (2010). İnsan Kaynaklari Yönetimi. Ankara: Nobel Yayin Dağitim.
29. Tunçer, P. (2012). Değişen İnsan Kaynaklari Yönetimi Anlayişinda Kariyer Yönetimi. Ondokuz Mayis Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 31 (1), 203-233.
30. Vaseghi, M. & Moayedi, Z. (2016). Approach of Talent Management on Personnel Selection. International Journal of Humanities and Cultural Studies (IJHCS) ISSN 2356-5926, 940-946.
31. Yildirim, E. (2016). Stratejik Yetenek Yönetimi ve İşletmelerde Yetenek Yönetimi Uygulamalari Üzerine Bir Araştirma. Yayimlanmamiş Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
32. Whelan, E., Collings, D. G. & Donnellan, B. (2010). Managing talent in knowledge-intensive settings. Journal of knowledge Management.



3.

LİDER-ÜYE ETKİLEŞİMİNDE SOSYAL KİMLİĞİN ROLÜ Leader-Member Interaction: An Evaluation in Terms of Social Identity Theory

Dr. Demet Çakıroğlu*

Dr. Nuran Öztürk Başpınar**

ÖZET

Sosyal kimlik teorisi, örgütsel olguları açıklayan yapısı gereği örgütsel davranış alanında yapılmış pek çok çalışmanın teorik temellerini oluşturmaktadır. Liderliğin önemine dikkat çeken teori, belirli bir sosyal grup içindeki liderlerle, takipçileri arasındaki ilişkilerin anlaşılması gerektiğini savunmaktadır. Teoriye göre çalışanlar, birey olmaktan çok belirli bir sosyal sınıfın üyesi olarak hareket etmektedirler. Bu nedenle liderliğin anlaşılması daha çok grup süreçlerinin anlaşılmasına bağlı olmaktadır. Teori, grup üyelerinin psikolojileri ile tutum ve davranışlarını sadece kişisel kimlikleri açısından değil aynı zamanda grup üyesi olarak paylaşılan sosyal kimlikleri açısından değerlendirmektedir. Grup içinde paylaşılan ve çalışanlar arasında bir yakınlık ve birliktelik duygusu yaratan kimlik aynı zamanda sinerjik etki yaratarak karşılıklı güven ve saygı duygusu oluşturmakta işbirliğini, yardımlaşmayı ve sosyal desteği artırmaktadır. Grup içerisindeki çalışanlar örgütün amaç ve hedeflerini gerçekleştirme maksadıyla bu çabaları birleştirmektedir. Şüphesiz bu noktada liderlerin takipçileri üzerindeki etkisi yadsınamaz. Lider desteği ile çalışanların sosyal kimlik ihtiyaçlarının karşılanacağı böylelikle örgütünün bir parçası olarak grup üyeliği duygusu ile iş tatminlerinin, motivasyonlarının, örgütsel

***Lect., Hacettepe University.**

****Accociate Professor, Anadolu University.**

bağlılıklarının, rol performanslarının, örgütsel vatandaşlık ve örgütsel özdeşleşme düzeylerinin artacağı düşünülmektedir. Derleme niteliğindeki bu çalışmada sosyal kimlik teorisinin ilkeleri açıklanarak bireyin grup içindeki rolü ile lider-üye etkileşimdeki rolü ele alınmış, etkili liderliğin nasıl bir sosyal kimlik yönetimi süreci olduğuna ve liderliğin sosyal kimlik yönetimi sürecindeki etkisine dikkat çekmek hedeflenmiştir. Çalışmanın örgüt çalışanlarının tutum ve davranışlarını anlamada, açıklamada, yöneltmede ve eşgüdümlemede alan uzmanlarına, liderlere ve yöneticilere teorik bir bakış açısı sunacağı düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Lider-üye etkileşimi, sosyal kimlik teorisi, örgütsel psikoloji.

Abstract

Social identity theory, due to its structure that explains organizational phenomena, constitutes the theoretical basis of many studies in the field of organizational behavior. The theory, which draws attention to the importance of leadership, argues that the relations between leaders in a particular social group and their followers should be understood. According to the theory, employees act as members of a particular social class rather than as individuals. Therefore, understanding of leadership depends more on understanding group processes. The theory evaluates the psychology, attitudes and behaviors of group members not only in terms of their personal identity but also in terms of their shared social identity as group members. Identity, which is shared within the group and creates a sense of closeness and togetherness among employees, creates a sense of mutual trust and respect by creating a synergetic effect, and increases cooperation, cooperation and social support. Employees within the group combine these efforts with the aim of realizing the goals and objectives of the organization. Undoubtedly, at this point, the influence of leaders on their followers is undeniable. It is thought that with the support of the leader, the social identity needs of the employees will be met, so that the sense of group membership as a part of the organization and their job satisfaction, motivation, organizational commitment, role performance, organizational citizenship and organizational identification levels will increase. in this compilation study, the principles of social identity theory are explained, the role of the individual in the group and the role of leader-member interaction are discussed, and it is aimed to draw attention to what kind of social identity management process is effective leadership and the effect of leadership on the social identity management process. It is thought that the study will provide a theoretical perspective to field experts, leaders and managers in understanding, explaining, directing and coordinating the attitudes and behaviors of the employees of the organization.

Keywords: Leader-member interaction, social identity theory, organizational psychology.

GİRİŞ

Yönetim alanında en çok tartışılan ve araştırılan konulardan biri liderliktir (Arıkan, 2003). Liderlik, belirli şartlar altında, belirli kişisel veya grupsal amaçları gerçekleştirmek üzere bir kimsenin başkalarının faaliyetlerini etkilemesi ve yönlendirmesi süreci olarak tanımlanabilir (Güney, 2020: 372; Hirtz, Murray ve Riordan, 2007; Koçel, 2005: 583). Liderlikle ilgili olarak geliştirilen ilk teori özellikler teorisi olarak adlandırılmaktadır. Özellikler teorisine göre

lider olunmaz, lider doğulur (Augustin, 2003: 17) ve lideri takipçilerden ayıran onun kişilik özellikleridir. Bu teori liderlik kavram ve sürecini açıklamakta yetersiz kaldığından daha sonra davranışsal ve durumsal liderlik teorileri geliştirilmiştir.

Davranışsal liderlik teorisi ise başarılı lider davranışlarının başarısız liderlerinkinden farklı olduğunu varsaymıştır. Teori; özellikler teorisi gibi yalnızca liderlere değil takipçilere de önem vermiştir (Koçel, 2005: 589). Davranışsal liderlik teorisi kapsamında ele alınabilecek çalışmalardan biri Ohio State Üniversitesinde yapılan araştırmada liderlik davranışlarının önemli boyutunu tanımlayan insan ilişkilerine dönüklük ile göreve dönüklük olmak üzere iki önemli boyutunu ortaya koyan çalışmadır (Bolat, 2008: 11). Michigan Üniversitesinde Likert yönetiminde yapılan araştırmalarda da liderliğe yönelik iki önemli faktör tanımlanmıştır: İşgörene yönelik davranış ve göreve yönelik davranış. Likert daha sonra bu çalışmayı sürdürmüş ve lider davranışlarını dört grupta topladığı yeni bir model geliştirmiştir. Bu model Likert'in Sistem 4 Modeli olarak adlandırılmıştır. Harvard Üniversitesinde Bales'in yönettiği çalışmada ise; işin tamamlanmasına yönelik ve kişilerarası ilişkilere yönelik iki tip lider davranışı tanımlanmıştır. Bunlar iş lideri ve sosyal lider olarak adlandırılmıştır. Blake ve Mouton ise bir yönetim tarzı ölçeği geliştirerek lider davranışlarını insan ve üretimle ilgi olmak üzere iki grupta toplamışlar ve 5 farklı liderlik tarzı tanımlamışlardır. X ve Y Teorisini geliştiren McGregor'a göre liderin davranışını belirleyen liderin insan davranışlarına dair inanç ve varsayımlarıdır (Erzurum, 2007: 25; Güney, 2020: 395).

Durumsal liderlik teorisinin temel görüşü ise davranış biçimini değişen yeni koşullara, gruba ve kişisel özelliklerine uyumlayabilen lider en iyi lider olduğudur. Durumsal liderlik çalışmaları kapsamında ele alınabilecek olan Fiedler'in araştırması kapsamında lider; lider üye ilişkisi, pozisyon gücü ve görevin niteliği olmak üzere üç değişkene bağlı olarak değerlendirilmiştir. House ve Evans tarafından yapılan amaç-yol teorisi olarak adlandırılan araştırma ise güdülenmedeki bekleyiş teorisini temel almakta ve lider davranışlarının takipçi memnuniyetini ve performansını nasıl etkilediğini açıklamaktadır (Allen, 2005: 25). Reddin'in bu kapsamda geliştirdiği ve 3 D olarak adlandırdığı liderlik teorisinde ise duruma uyabilen lider etkili, uyamayan lider etkisiz olmakta ve içinde bulunulan durumu (organizasyon, teknoloji, üst, ast ve meslektaş) gerektiğinde değiştirebilme becerisi etkili yönetimde önemli bir etkendir. Vroom ve arkadaşları tarafından geliştirilen normatif liderlik teorisi ise bir karar verme modelidir ve liderler koşula ayak uydurmak için farklı liderlik tarzlarına başvurabilirler.

Yukarıda kısaca özetlenen liderlik teori ve yaklaşımlarının yeterliliği ile ilgili ortak bir görüş birliğine varılamaması ve bu araştırmaların pek çoğunun liderin takipçilerine hangi durumda hangi davranışları sergilemesi gerektiği konusunu incelemesi, lider ile takipçilerin etkileşimini gözardı etmesi ve liderin takipçilerinin hepsine benzer ve eşit davrandığını varsayması (Özutku, Ağca ve Cevrioğlu, 2008: 194) nedeniyle liderlik teorisi araştırmaları sürdürülmektedir. Bu bağlamda etik, otantik, dönüşümcü ve etkileşimci liderlik gibi yeni yaklaşımlar ortaya çıkmakta ve liderliğin sosyal kimlik modeli odağı daha da genişlemektedir.

Lider Üye Etkileşim Teorisi

Liderlik kavramına yeni bir bakış açısı getiren, rol ile sosyal değişim teorilerine dayandırılan lider üye etkileşimi teorisi son yıllarda araştırılan önemli konulardan biridir (Gürel, 2016). Rol teorisi; sosyal mevki sahibi bireylerin kendilerinden ve diğer bireylerin davranışlarından karşılıklı beklentileri olduğu varsayımıyla bireylerin rollerini açıklamaktadır (Gürpınar, 2006: 33). Rol teorisine göre üstlerin astlardan beklentileri ve astların bu beklentileri yerine getirme düzeyi etkileşimin genel çerçevesini oluşturmakta, lider ve takipçiler karşılıklı bağımlılık temelinde bazı roller geliştirmektedir. Blau tarafından geliştirilen sosyal değişim teorisinde ise tarafların karşılıklı ilişkileri belirli bir zorunluluğa dayanmamakta; bir taraf diğer tarafa kaynak sağladığında karşı tarafın gönüllü olarak karşılık vermesi beklenmektedir. Değişim sonucunda karşılıklı güven ve arkadaşlık sağlanmaktadır (Gürbüz, 2006).

Bu iki teoriye dayanılarak Dansereau, Graen ve Haga tarafından liderin izleyenleriyle farklı nitelikte ilişkiler geliştirdiği düşüncesiyle 1975 yılında lider-üye etkileşimi teorisi geliştirilmiştir (Martin vd., 2005). Teori farklı bir bakış açısı sunarak, lider ve üyeleri arasındaki etkileşime odaklanmıştır (Scandura ve Pellegrini, 2008). Teoriye göre lider kısıtlı zaman, kaynak ve enerji sahibidir. Bu nedenle çalışanların tümüyle aynı düzeyde iletişim ve etkileşim içinde olamamaktadır. Amaçlarına ulaşabilmek için verimliliği yüksek çalışanlarla etkileşimini artırmakta ve onları kendisine yakın gördüğü iç grup kapsamına almaktadır. Lider bu çalışanlara daha çok kaynak ve sosyal destek sağlayarak onları ödüllendirmektedir. Aslında liderlerin takipçilerine adil davranması beklenilse de, onların iç grubu dış gruba tercih etmeleri de beklenir ve genellikle hem iç gruba hem de dış gruba aynı şekilde davrananlar reddedilir (Reicher, Haslam ve Platow, 2018).

Liderin çalışanlarıyla gerçekleştirdiği iletişim düzeyinin ve etkileşimin nitelikli olması takipçileri olumlu yönde etkilemektedir. Liderle takipçileri arasındaki etkileşimden oluşan liderlik bürokrasiye, otoriteye, standartlara ve yasal güce dayanmaktadır. Lider; almak istediklerini elde edebilmek için takipçilerin isteklerini gerçekleştirmektedir. Lider ve takipçileri karşılıklı ilişkilerinde birbirlerine sağladıkları kaynak ve kazanımlar arasında denge olduğunu algıladıklarında süreç olumlu bir şekilde sürdürülmektedir. Sosyal değişim teorisi kapsamında gerçekleşen değişim, değişimin tarafları olan lider ve takipçileri arasında karşılıklı güven duygusunun oluşmasını sağlamakta, liderin takipçilere birçok avantaj sunmasını sağlamaktadır (Hogg vd., 2005). Teoriye göre söz konusu ilişkiler astların gruba sadakatle bağlanması ile sonuçlanmaktadır. Diğer çalışanlar lidere uzak durmakta ve liderle etkileşim düzeyleri düşük olan dış grupta kalmaktadırlar. Dolayısıyla lider desteğinden mahrum olmakta, liderle ilişkileri formal yapının kural ve politikalarının gerektirdiği düzeyde kalmaktadır (Cevrioğlu, 2007: 1). Lider ile etkileşim düzeyi düşük olan çalışanlar yeterince bilgilenmediklerini düşünmekte, ödül ve fırsat eşitliğinden yararlanamamakta, kendilerini dışta kalmış hissetmekte ve adaletli davranılmadığını düşünmektedirler.

Sosyal Kimlik Teorisi

Sosyal kimlik teorisi; grup olgusu ile yakından ilgili, benzerlik, kalıp yargı, özdeşleşme, iş grup yanlılığı, grup normları, grup kimliği, ayrımcılık ve önyargı gibi olguları ele alan ve grupların anlaşılmasına dinamik bir katkı sağlamaktadır (Hogg ve Williams, 2000, Hogg, 2004: 205). Çok boyutlu ve kendi içinde oldukça engin ve karmaşık bir yapıya sahip olan sosyal kimlik teorisi gruplara geniş bir perspektiften bakmaktadır. Bu teorinin ilkeleri sosyal olguları açıklamak üzere örgütsel bağlamlara uygulanmakta (Scott, 2007: 123) olan teori örgütsel davranış alanı başta olmak üzere değişik bilim dallarında kullanılmaktadır.

Sosyal kimlik teorisinin gelişiminde sosyal psikolojinin öncüleri arasında yer alan Türk bilim adamı Şerif'in (Sherif) (İzmir 1906- Alaska 1988) perspektifi önemli bir rol oynamıştır. Şerif ve arkadaşları çocuklarla yaptıkları araştırmalarda grup olmanın grup içindeki ilişkileri bütünüyle etkileyebileceğini, dış gruba yönelik düşmanca davranışların temelinde, bireysel öfkenin veya ideolojinin değil doğrudan iç ve dış grup arası ilişkilerin yattığını ve gruplar arası işbirliği gerektiren paylaşılan üst hedeflerin, gruplar arası düşmanca ilişkileri düzeltmede rol oynayabileceği sonuçlarına ulaşmışlardır (Sherif, 1951; Sherif vd., 1955; Sherif, vd.,1961; Sherif, 1966). Şerif'in yaklaşımına dayanan sosyal kimlik teorisi; kimliği ve kimliğe paralel olarak sosyal davranışı, kişisel kimlik ve kişilerarası ilişkileri gösteren sosyal kimliği ve gruplar arası ilişkileri bir süreç üzerinden değerlendirmektedir.

Sosyal kimlik teorisinin gelişiminde önemli rol oynayan diğer çalışma; minimal grup paradigması çalışmasıdır. Söz konusu çalışma Tajfel ve Turner tarafından (1971: 170) grup kimliğinin nasıl geliştiğine yönelik olarak yapılmıştır. Seçilenin ödüllendirileceği bu çalışmada; bir grubun üyeleri kendi grubundaki üyelere görece daha fazla ödeme yapma ve iki grup arasındaki ödül farkını iç grup lehine artırma gayreti göstermişlerdir. Bu araştırma deneklerin gruplara tamamen rastgele ayrılmaları durumunda dahi, kendi gruplarını kayırdıklarını ortaya koymuştur (Gürlek ve Tuna, 2018; Wetherell; 1996: 6). Böylelikle Şerif'in yaklaşımından ve minimal grup paradigması çalışmasının sonuçlarından yola çıkan teorisyenler bireysel ve grupsal süreçlerin kesiştiği noktaları ele alan sosyal kimlik teorisini geliştirmişlerdir. Kişisel kimlik ben kimim sorunun yanıtı iken sosyal kimlik biz kimiz sorunun yanıtıdır, denilebilir (Oyserman, 2004: 5; Van Knippenberg ve Sleebos, 2006). Sosyal kimlik teorisi bireylerin formal veya informal bir şekilde üyesi oldukları çeşitli gruplara karşı aidiyeti ve özdeşleşmesi sonucunda oluşan, bu topluluklara atfedilen değerler ve manevi tüm birikimlerin sonucunda bir tür yeni kimliğin ortaya çıktığını ileri sürmektedir (Seyyar, 2004: 687).

Olumlu bir sosyal kimlik oluşturmak ve korumak için birey üyesi olduğu iç grubu diğer gruplardan olumlu olarak algılamalıdır. Bu durum bireyin üye olduğu grubu daha iyi, üstün ve ayrıcalıklı görmesine neden olmaktadır. Bireyin bir iç grubun üyesi olması ile ilgili olarak sosyal sınıflandırma, sosyal özdeşleşme ve sosyal karşılaştırma olarak üç zihinsel süreç bulunmaktadır (Ellemers vd., 2004: 462). Bireyler sosyal çevreyi anlamlandırmak için kendilerini sınıflandırmakta, kendilerini ve ötekileri çeşitli sosyal grupların üyesi olarak tanımlama eğilimi göstermektedir. Sınıflandırma süreci üzerinde bilinçli bir düşünce süreci olmadan kendiliğinden gerçekleşmektedir. Hatta üyeler nasıl sosyal çevrede kendilerini biz (iç

grup) ve onlar (dış grup), ak ve kara, öğrenciler ve öğretmenler gibi tanımlıyorlarsa örgütlerde de benzer bir biçimde davranmaktadırlar (Hornsey, 2008). Sınıflandırma süreci bireyin karmaşık bir dünyayla başa çıkmasının ön koşullarından biridir. Bu sayede sosyal dünya yalınlaşmaktadır (Demirtaş, 2003). İç ve dış gruplar arasında yapılan bu ayrım bireyin kendi grubunu kayırmasına, kalıp yargılar oluşmasına hatta gruplar arası çatışmalara yol açmaktadır.

Sosyal özdeşleşme bireyin üyesi olduğu grup kimliğini benimsemesi ve özdeşleşmesi anlamına gelmektedir. Bireyler üye oldukları grubu diğer gruplardan üstün görme, diğer grupları küçümseme eğilimindedirler. Bireyin tutum ve değerleri de diğer grup üyelerinin tutum ve değerleri ile uyumlu ve benzerse özdeşleşme düzeyi artmakta (Cragun ve Cragun, 2010: 71, 72; Ellemes vd., 2004) ve üyeler çoğu zaman bir birey olarak değil belirli bir grubun üyesi olarak hareket etmektedirler. Böylece bireyler giderek kendi kimliklerini kaybetmekte (Turner, 1991: 65) kendilerini grup kimliği ile tanımlamaya, birey olarak değil bir grup üyesi olarak davranmaya, ben kavramının yerini biz kavramı almaya başlamakta ve bireyle, bireyin üyesi olduğu grubun kaderi ortak olmaktadır (Gürlek ve Tuna, 2018). Ayrıca bireyler kendilerinin ve diğer üyelerin ortak bir grup üyeliğini paylaştığını algıladığında bu sosyal özdeşleşme bireylerin sağlık ve esenliğine de fayda sağlamaktadır (Cruwys vd., 2014). Dış grup aracılığıyla üretilen biz duygusunu bir tür duygudaşlık ve diğer grup üyesinin neşesiyle neşelenme veya üzüntüsüyle üzülme kapasitesi gerektirmektedir (Bauman, 2010: 53).

Bireyler kendilerini bir grubun üyesi olarak tanımladıktan sonra diğer gruplar ile karşılaştırıp, kıyaslamaktadır. Sosyal çevredeki diğer gruplar bireye üye olduğu grubu değerlendirmede bir temel oluşturmaktadır. Bireyler genellikle kıyaslama yaparken kendilerine pek çok açıdan benzer özellikteki bireyleri kısas almaktadır (Mussweiler vd., 2004). İç grubun ayırt edici olumlu özelliklerinin olması olumlu bir sosyal kimliğe işaret ettiğinden birey grup üyeliğini sürdürmek istemekte; ancak karşılaştırma sonucunda üye olduğu grubun sosyal kimliğinden tatmin olmazsa üyeliğini sonlandırma ve sosyal kimliğine olumlu katkılar sağlayabilecek yeni gruplar arama eğilimi göstermektedir. Başka bir seçenek de bireyin toplum içerisinde iç grubuna karşı gelişmiş olan olumsuz görüşün veya görüşlerin varlığını ve doğruluğunu kabul etmesidir. Bu bireyin kendisini de olumsuz değerlendirmesi ve özsaygısını yitirmesi anlamına gelmektedir (Gülcan, 2019: 18). Diğer bir seçenek ise bireyin üyesi olduğu grup hakkındaki olumsuz görüş veya görüşleri reddetmesidir. Bu durumda birey diğer grupların kendi grubuna dair değerlendirmelerini görmezden gelmekte ya da bir uyum mekanizması olan mantığa bürümeyi kullanarak öz benliğini korumaya çalışmaktadır. Bu durum bireyin değerlendirmelerini objektiflikten uzaklaştırabilir. Ancak bireyin üyesi olduğu grupla özdeşleşme düzeyi düşük olduğunda bireyin değerlendirmeleri objektifliğe daha yakın olmaktadır.

Lider Üye Etkileşimi ve Sosyal Kimlik Teorisi

Sosyal kimlik yaklaşımı grup üyelerinin (çalışanların) kendilerini ayrı ayrı bireyler veya bir grubun parçası olarak algılamalarının olası olduğu koşulları belirlemeye yardımcı olmaktadır (Ellemers, Spears ve Doosje, 2002). Günümüz iş dünyasının en önemli bir tanımlayıcı özelliği, bireylerin genel olarak -en azından bir dereceye kadar- çalışma ekibi veya bir bütün olarak

organizasyonun üyesi olmasıdır. Sonuç olarak, çalışanların ortak hedefler benimsemeleri ve (kısa vadeli) bireysel çıkarları (örneğin fazla mesai yaparak) feda etmeleri (daha uzun vadeli) toplu sonuçlar elde etmeleri beklenmektedir. Bu durum bireyler kadar gruplara da odaklanılması sonucunu doğurmuştur (Erez, Kleinbeck ve Thierry, 2001). Örgütler grup temelli sistemlere doğru ilerlemeye devam ettikçe, gruplar üzerine araştırmalar giderek daha önemli hale gelmektedir. Örgütsel karlılık artışını sağlamak gibi örgütsel hedeflere ulaşmak için maaş zammı alma gibi bireysel hedefler arasında bir değişim yönelimi benimsenmektedir. Diğer bir deyişle örgütsel bir performans elde etme motivasyonu bireysel güdülerden türetilmektedir (Ilgen ve Sheppard, 2001).

Bir çalışma grubunun veya organizasyonun ödülleri veya diğer istenen sonuçları sağlama kapasitesi grupların kendi içlerinde içselleştirilmiş değerleri ve önemli kimlikleri temsil ettikleri de göz önünde bulundurularak çalışma gruplarıyla zenginleştirilebilir (Tyler, 2002). Bireylerin algılanan karşılıklı bağımlılığından veya birey ile grup arasındaki bir değişim ilişkisinden türetilen hedefler, sosyal kimliğe duyulan ilgi, grup temelli motivasyon için çok daha geniş ve daha güçlü bir kaynak sağlayabilir. Sosyal kimlik kavramı, insanları grup adına çaba sarf etmeye teşvik edeceğinden, çabaların bireysel değil ortak sonuçlara doğru yönlendirilmesini kolaylaştıracaktır. Sonuç olarak, benliğin tanımı benden bize geçtiğinde, bireysel benlik için geçerli olan süreçler sosyal benlik için de geçerli olacaktır. Bu nedenle, ihtiyaçlar, hedefler veya beklenen sonuçlar, bireysel davranışları motive ederken, bireyler kendilerini biz olarak düşündüklerinde, bunlar grubun ihtiyaçları, ortak hedefleri ve beklenen grup sonuçları haline gelmektedir. Bazı sosyal durumlarda bireyler kendilerini birbirleriyle etkileşim halinde olan bağımsız bireyler olarak düşünmektedir. Ancak kişisel özelliklerin veya tercihlerin temelinde (örneğin, arkadaşlık gruplarında), bireylerin öncelikle kendilerini ve başkalarını belirli grup üyelikleri (örneğin, mesleki rolleri açısından) açısından düşündükleri birçok sosyal ortam bulunmaktadır.

Liderliğin önemine dikkat çeken sosyal kimlik teorisi, belirli bir sosyal grup içindeki liderlerle, takipçileri arasındaki ilişkiler açısından anlaşılması gerektiğini savunmaktadır. Teoriye göre çalışanlar, birey olmaktan çok belirli bir sosyal sınıfın üyesi olarak hareket etmektedirler. Teori grup üyelerinin psikolojileri ile tutum ve davranışlarını sadece kişisel kimlikleri açısından değil aynı zamanda grup üyesi olarak paylaşılan sosyal kimlikleri açısından değerlendirmektedir. Grup içinde paylaşılan kimlik, çalışanlar arasında bir yakınlık ve birliktelik duygusu yarattığından sinerjik bir etki oluşmakta böylelikle karşılıklı güven ve saygı duygusu oluşmakta bu da işbirliğini, yardımlaşmayı ve sosyal desteği artırmaktadır. Şüphesiz bu noktada liderlerin takipçileri üzerindeki etkisi yadsınamaz boyuttadır. Lider desteği ile çalışanların sosyal kimlik ihtiyaçlarının karşılanabileceğinden örgütün bir parçası olarak grup üyeliği duygusu ile çalışanların iş tatminlerinin, motivasyonlarının, örgütsel bağlılıklarının, rol performanslarının, örgütsel vatandaşlık ve örgütsel özdeşleşme düzeylerinin artacağı düşünülmektedir. Çünkü tüm bunlar bireyin bir gruba üyeliğinin devamı anlamına gelmektedir. Sosyal kimlik teorisi liderliği, paylaşılan kimlik ve paylaşılan gerçeklik süreçlerine bağlı görmektedir. Yani teoriye göre liderlik; liderin grup kimliğinin anlamını tanımlayarak etki

kazandığı ve dolayısıyla üyelerin neye inandığını, neye değer verdiğini ve nasıl davranmaları gerektiğini şekillendiren bir sosyal kimlik yönetimi sürecidir. Liderlik süreçleri, kendi kendini sınıflandırmadan ve sosyal kimlikten etkilenmekte ve sosyal kimlik yaklaşımı bazı yönlerden iş motivasyonu etkilemektedir.

Sosyal kimlik teorisine göre; dil, din, ırk, yaş ve cinsiyet gibi pek çok yönden gruplaşmaya meyilli olan bireylerde grup oluşturma, gruplara dahil olma eğilimi görülmektedir. Bireyler olumlu bir benlik saygısı oluşturmak ve korumak için, benlik kavramının bir parçası olan sosyal kimlik grup üyeliğine yönelmektedir. Başlangıç olarak, bireyler ortak bir sosyal kimliği paylaştıklarında, davranışları ortak normlar, değerler, inançlar ve hedefler tarafından bilgilendirilen bir bağlantı duygusuyla desteklenmekte (Turner, 1991) ve üyeler aynı zamanda grupla ilgili konularda anlaşmaya varmayı da beklemekte (Abrams vd., 1990) ve bir fikir birliğinde yakınlaşmaya yol açan yollarla etkileşime girmektedir (Haslam, McGarty, Brown, Eggins, Morrison ve Reynolds, 1998). Çeşitli şekillerde paylaşılan sosyal kimlik algıları grup üyelerini, ilk olarak ortak ilgi alanlarına ikinci olarak, içsel durumların ortaklığına ve son olarak, ortaklığın müşterek yönüne dair bir farkındalığa ve ortak bir gerçeklik duygusu elde etmeye yönlendirmektedir (Echterhoff, Higgins ve Levine, 2009; Echterhoff ve Higgins, 2017). Dahası, paylaşılan gerçeklik duygusu, bireysel görüşleri sosyal gerçeklere dönüştürmektedir. İzleyen süreçte paylaşılan sosyal kimlik bireyler arasında bir yakınlık ve birliktelik duygusu yaratmaktadır. Gelişmiş bir güven ve saygı duygusu geliştirmekte ve işbirliğini, yardımlaşmayı ve sosyal desteği artırmaktadır. Bu şekilde bireyler çabalarını birleştirip ortak hedeflerine paylaşılan kendini gerçekleştirmeyle ulaşmak için güçlenmektedirler. Başarılı bir paylaşılan kendini gerçekleştirme yoğun bir şekilde pozitif olarak deneyimlenmektedir. Buradan hareketle bir bireyin paylaşılan sosyal kimliği şekillendirebildiği -yani, 'kim olduğumuzu' ve dolayısıyla 'ne yapmak istediğimizi' tanımlayabildiği ölçüde- sonucu çıkarsa o bireyin paylaşılan gerçekliği ve grup üyelerinin koordineli eylemini etkilediği söylenebilir.

Liderlerin iletişim kurma ve ortak bir kimlik duygusu yaratma potansiyeli, takipçilerinde belirli bir işle ilgili davranışları harekete geçirme, yönlendirme ve sürdürme girişimlerinin başarılı olma olasılığının önemli belirleyicisidir. Liderlerin ortaya çıkışının ve etkililiğinin belirli davranış tarzlarının olmasına, başkalarına ilham verme yeteneklerine ya da takipçileriyle geliştirdikleri özel kişiler arası ilişkilere bağlı olduğu söylenebilir. Bu nedenle kimlerin lider olarak daha fazla kabul görebileceği ve hangi koşullar altında takipçileri harekete geçirmede en başarılı olacakları anlaşılmalıdır (Ellemers vd., 2004). Burada önemli olan bir liderin grubun farklı kimliğini ne ölçüde temsil ettiğinin algılanma derecesidir. Sosyal kimlik yaklaşımı aynı zamanda bir liderin algılanan prototipliğinin bağlama bağlı olduğunu ima etmektedir (Turner ve Haslam, 2001). Turner ve Haslam (2001) bir grup lideri seçiminin, grubun rekabet etmek zorunda olduğu dış grubun algılanan özelliklerine bağlı olduğunu göstermiştir. Ek araştırmalar, dış gruba karşı çıkan iç grup üyelerini tercih eden bir liderin, genel olarak daha fazla destek aldığını ve tüm grup üyelerine eşit davranan bir lidere göre bireysel çabaları daha iyi harekete geçirebildiğini göstermiştir (Haslam ve Platow, 2001). Bu, takipçilerin kabulünü belirleyenin liderin davranışının kendi başına arzu edilirliği değil, liderin davranışının diğer gruplara kıyasla

farklı olan ortak grup kimliklerini ne ölçüde temsil ettiği ile ilgili olmaktadır.

Liderler her zaman takipçilerini ödüllendiren davranışlarda bulunamamaktadır. Ancak, iç grup üyelerinin özelliklerini ve davranışlarını dış grup üyelerine göre daha olumlu değerlendirmeye yönelik sosyal kimlik geliştirici eğilim göz önüne alındığında takipçiler grup üyesi olarak kabul edilen liderlerinin niyetleri hakkında genellikle olumlu beklentilere sahip olmaya meyilli olmaktadır. Bu olgu liderden beklenen davranış sapmalarının ve olumsuz liderlik davranışlarının iç grup tarafından dış baskılara atfedilmesi ile açıklanmaya çalışılmaktadır (Haslam vd., 1998). Liderlik davranışının yorumlanmasındaki bu tür iç grup yanlısı kalıp yargılar, liderlerin lider bir grup üyesi olarak algılandığında enerji verme yeteneğini artıran veya lider bir dış grup üyesi olarak algılandığında azaltan önemli bir mekanizma oluşturmaktadır. Astlar, istenmeyen liderlik davranışları sergilemesine rağmen grup içi lidere sadık kalma eğiliminde olmaktadır. Dış grup üyesi olarak görülen bir liderle işbirliği yapma motivasyonu, değişim ilişkisinin ast için ne kadar ödüllendirici olduğuna bağlıyken, bir iç grup liderine bağlılığın daha koşulsuz olarak ortaya çıktığı görülmektedir.

Takipçiler, liderlerinin kendileriyle ortak bir kimliği paylaştığını algıladıkları ölçüde, olumlu liderlik davranışının liderin "gerçek benliğinin" göstergesi olarak görülme olasılığı daha yüksek olmaktadır. Lider bir dış grup üyesi olarak algılandığında tersi bir örüntü ortaya çıkmaktadır. Liderlerin takipçilerini motive etme yeteneği yalnızca üstün bireysel niteliklerine (örneğin zeka veya adalet) bağlı değildir. Önemli olan bireylerin liderliği bireysel nitelikler açısından mı yoksa grup süreçleri açısından mı ve diğer bireyleri ayrı bireyler olarak mı yoksa bir grubun üyeleri olarak mı tanımlamaya teşvik ettiği olmaktadır. Grup üyeleri durumu gruplar arası terimlerle tanımladıklarında, büyük olasılıkla, iç grubu en açık şekilde temsil edeni lider olarak kabul etmektedirler. Tüm bunlar takipçilerin lideri grup içi üye olarak algıladıkları ölçüde liderlerin daha fazla sadakat ve işbirliğine sağlayabilecekleri sonucunu çıkartmaktadır. Ortak bir sosyal kimlik duygusunun oluşturulamaması sosyal kimlik yaklaşımı açısından liderin grup temsilcisi olarak algılanmadığını veya grup algılarının zamana göre değişebildiğini göstermektedir.

Yapılan ilginç bir deney, grup üyeleri arasından rastgele seçilen bir liderin grup üyelerini bireysel yeterlilik açısından gruptan farklılaşan liderden daha çok motive edebildiğini göstermiştir. Bu tür süreçlerde bir dış grubun veya rakip bir organizasyonun varlığının, insanları ortak kurumsal kimliklerine odaklanmaya yönlendirdiği tahmin edilmektedir (Ellemers vd., 2004). Sonuç olarak, yönetim, çalışanları fazla mesai yapmak, daha düşük maaşları kabul etmek gibi kişisel fedakârlıklar yapmaya motive etmeye çalışırken bu ortak kimlik duygusundan yararlanabilmelidir. Ortak grup kimliği duygusunu geliştiren koşullar, bir liderin takipçilerini motive etme girişimlerini kolaylaştırırken, lideri takipçilerden ayıran faktörler liderliğin etkinliğini baltalayabilmektedir. Özetle sosyal kimlik teorisi başarılı liderliğin sırrını, liderin takipçilerini ortak noktaları olan ve onları diğerlerinden ayıran olumlu bir sosyal kimliğin somutlaşmış hali olarak algılamaya teşvik etme kapasitesine bağlamaktadır. Bu etkili liderlerin yetenekli kimlik girişimcileri olması gerektiği anlamına gelmektedir Bu nedenle grubu ilerletirken liderlerin, grup üyelerinin kendi ortak kimlik duygularını hayata

geçirmelerine ve yaşamalarına izin veren yapılar yaratan kimlik izlenimcileri olmaları gerekmektedir (Reicher vd., 2018). Grup üyelerinin, kendi içlerinden olan ve grubu temsil eden dolayısıyla 'kendilerinden biri' olarak gördükleri liderin grup kimliğini anlayabilecek ve ifade edebilecek bir konumda olduğunu kabul etmeleri daha olasıdır (Reicher ve Hopkins, 2001).

SONUÇ

Sosyal kimlik teorisinin ilk versiyonlarında (Tajfel, 1978; Tajfel ve Turner,1979) grup temelli sosyal etkileşimin altında yatan üç süreç tanımlamıştır: Sosyal sınıflandırma, sosyal özdeşleşme ve sosyal karşılaştırma. Bireyler yalnızca bireysel liyakat temelinde değerlendirildikleri bir kariyer sisteminde çalıştıklarında, bu ben anlayışını teşvik etmekte ve çalışanları bireysel güdülere (örneğin, kendini geliştirme, kariyer ilerlemesi) odaklamaktadır. Bununla birlikte, insanların grup üyelikleri (örneğin, yaşları, cinsiyetleri veya etnik kökenleri) temelinde belirli ödüllerden veya fırsatlardan sistematik olarak yararlandıkları bir çalışma durumu, kendilerini bu sınıflandırma açısından düşünmeye sevk etmekte ve bunun sonucunda grup üyelikleri bilişsel olarak daha erişilebilir hale gelmektedir.

Sosyal karşılaştırma, sosyal sınıflandırmanın anlam kazandırdığı süreçtir. Sosyal özdeşleşme, sosyal gruplar hakkındaki bilgilerin benlikle ilgili olduğu süreçtir. Bir bireyin kendisini belirli bir grubun temsilcisi olarak algılama eğilimini ifade etmektedir. Bu da bireyin karakteristik grup özelliklerini tanımlayıcı olarak algılamasını sağlar ve birey gruba özgü normları kılavuz olarak benimsemeye yönelir. Birey aynı anda birden fazla gruba üye olsa da, belirli bir durumda veya belirli bir zamanda bu farklı kimliklerin davranışları etkilemesi farklı olmaktadır.

Sosyal kimlik teorisi, paylaşılan kimliği ve paylaşılan gerçekliği liderliğe bağlı olarak görmekte ve iş yerindeki bireylerin ve grupların motivasyonel süreçlerini anlamak için yararlı bir analitik çerçeve sağlamaktadır. Liderliğe yönelik sosyal kimlik yaklaşımı, liderlerin ekip üyeleri üzerinde etkide bulunabileceklerini (yani, ortak hedeflere ulaşılmasına katkıda bulunmak istemelerini sağlamak) iddia etmektedir. 'Bizlik' duygusu ve bu 'bizlik'in ne anlama geldiğine dair bir his, kendiliğinden ortaya çıkmamakta liderler tarafından yaratılmaktadır (Haslam ve Reicher, 2007; Reicher, Haslam ve Hopkins, 2005). Bu durumda liderlerin bir durumda kendilerini ben olarak bireysel mi yoksa biz şeklinde grup üyesi olarak mı tanımlayabileceklerini tahmin etmeleri ve belirli grup üyeliklerinin davranışları nasıl diğerlerinden daha güçlü etkileyeceğini kestirebilmeleri gerekmektedir (Haslam, Postmes, Ellemers, 2003).

Pek çok durumda, bireyler grup üyesi olarak tanımlansa ve grup adına çaba göstermeye motive olsalar bile, bireysel düşüncelerin bir rolü olabilir (örneğin, bireysel hedeflere ve ödüllere ulaşılmasında veya yaptırımlardan kaçınılmasında). Bununla birlikte, diğer birçok durumda bireyler, işte başkalarıyla paylaşılan bir sosyal kimliği ifade eden veya destekleyen şekillerde davranmaya motive edilebilirler. Amaç, bireylerin belirli bir takım performansına yönelik çabalarını teşvik etmek olduğunda, bir bütün olarak örgüt yerine, bir takımla ne ölçüde özdeşleştiklerine odaklanılmalıdır. Pek çok grup üyesi liderleriyle yakın bir kişisel bağ hissetse

de kendilerini grupla ne ölçüde özdeşleştirdikleri ve aynı zamanda lideri grupla ne ölçüde özdeşleştirdikleri önem taşımaktadır. Yüksek düzeyde özdeşleşmiş üyeler liderlerini daha karizmatik ve daha otantik olarak değerlendirmekte, liderlerin grubun bir parçası olarak ve grup için çalıştıklarını görmek üyelerin bağlılık düzeyini artırmaktadır.

Hatta son yıllarda, birçok araştırmacı sosyal bağlamın sadece örgütlerde önemli olmadığını fark etmiş ve bazı çalışmalar sosyal kimlik yaklaşımının spor takımları bağlamında da geçerli olduğunu kanıtlamışlardır. Çeşitli araştırmalarla takımlarıyla daha güçlü bir şekilde özdeşleşen sporcuların takımlarında daha yüksek görev uyumu ve sosyal uyum yaşadıklarını, daha az tükenmişlik hissi yaşadıklarını, takımlarının yeteneklerine daha fazla güvendiklerini ve sonuçta daha iyi performans gösterdikleri belirlenmiştir. Takımdaki "biz"lerin "ben"lere oranı dünya kupasındaki performanslar için güvenilir bir gösterge kabul edilmektedir (Fransen, Barker ve Slater, 2020: 222). Böyle bir ortak 'biz' duygusu (yani ortak bir sosyal kimlik) geliştirebilmek etkili liderlik için önemli bir dayanaktır.

KAYNAKÇA

1. Abrams, D., Wetherell, M., Cochrane, S., Hogg, M.A., & Turner, J.C. (1990). Knowing what to think by knowing who you are: self-categorization and the nature of norm formation, conformity and group polarization. Br J Soc Psychol, (2), 97-119.
2. Allen, R. L. (2005). The influence of leadership on the motivation of virtual teams. Northcentral University.https://www.proquest.com/docview/305345382?pqorigsite=gscholar&fromopenview=true
3. Arıkan, S. (2003). Kadın yöneticilerin liderlik davranışları ve bankacılık sektöründe bir uygulama . Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5(1), 1-20.
4. Augustin, D.A. (2003). An empirical investigation of leadership development training with respect to the leadership characteristics and behaviors of emerging leaders within their organizational contexts. Doctoral dissertation, George Washington University, U.S.A.
5. Bauman, Z. (2010). Sosyolojik düşünmek, Çev. Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları.
6. Bolat, T. (2008). Dönüşümcü liderlik, personeli güçlendirme ve örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisi, Detay Yayıncılık.
7. Cevrioğlu, E., (2007), Lider-üye etkileşimi ile bireysel ve örgütsel sonuçlar arasındaki ilişki-ampirik bir inceleme. Doktora Tezi, Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi.
8. Cragun, R. T., Cragun, D., & Piotr, W. (2010). Introduction to sociology. http://en.wikibooks.org/wiki/Introduction_to_Sociology
9. Cruwys, T., Haslam, S. A., Dingle, G. A., Haslam, C., & Jetten, J. (2014). Depression and social identity. Personality and Social Psychology Review, 18, 215 - 238.
10. Demirtaş, H. A. (2003). Sosyal kimlik kuramı, temel kavram ve varsayımlar. İletişim Araştırmaları Dergisi, 1(1). 123-144.
11. Echterhoff, G., Higgins, E. T., & Levine, J. M. (2009). Shared reality: Experiencing commonality with others' inner states about the world. Perspectives on Psychological Science, 4, 496-521.
12. Echterhoff, G., & Higgins, E. T. (2017). Creating shared reality in interpersonal and intergroup communication: The role of epistemic processes and their interplay. European Review of Social Psychology, 28(1), 175–226.
13. Ellemers, N., de Gilder, D., & Haslam, S. A. (2004). Motivating individuals and groups at work: A social identity perspective on leadership and group performance. The Academy of Management Review, 29(3), 459–478.
14. Ellemers, N., Spears, R., & Doosje, B. (2002). Self and social identity. Annual review of psychology, 53(1), 161-186.
15. Erez, M., Kleinbeck, U., & Thierry, H. (Eds.). (2001). Work motivation in the context of a globalizing economy.

Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

16. Erzurum, K. (2007). Liderlik eğitimi ve hizmet içi eğitimdeki rolü (Mersin ili cam sanayisi işletmeleri yöneticilerine yönelik bir uygulama). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi.
17. Fransen, K., Barker, J. B., & Slater, M. J. (2020). Leadership and social identity in The Routledge international encyclopedia of sport and exercise psychology (Edi. Hackfort, Dieter& Schinke, Robert J.) pp. 219 – 231
18. Gülcan, C (2019). Sosyal kimliğin oluşumunda marka topluluklarının etkisi: Vosvos(volkswagen beetle) marka topluluğu örneği. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi.
19. Gürbüz, S. (2006).Örgütsel vatandaşlık davranışı ile duygusal bağlılık arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3(1, 3), 48-75.
20. Gürlek, M.,& Tuna, M.. (2018). Sosyal kimlik teorisi açısından örgütsel özdeşleşmenin teorik temelleri. Journal of Business Management and Economic Research. 2 (10), 39-48.
21. Gürel, E. B. (2016). Lider-üye etkileşiminin çalışanların tutumları üzerindeki etkisi: Ampirik bir araştırma. Journal of International Social Research, 9(43), 1736-1744.
22. Gürpınar, G. (2006). An empirical study of relationships among organizational justice, organizational commitment, leader-member exchange, and turnover intention. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi.
23. Güney, S. (2020). Davranış bilimleri, Nobel Akademik Yayıncılık.
24. Hirtz, P. D., Murray, S. L.,& Riordan, C. A. (2007). The effects of leadership on quality. Engineering Management Journal, 19(1), 22-27.
25. Haslam, S. A., McGarty, C., Brown, P. M., Eggins, R. A., Morrison, B. E., & Reynolds, K. J. (1998). Inspecting the emperor's clothes: Evidence that random selection of leaders can enhance group performance. Group Dynamics: Theory, Research, and Practice, 2(3), 168–184.
26. Haslam, S. A., & Reicher, S. (2007). Identity entrepreneurship and the consequences of identity failure: The dynamics of leadership in the BBC Prison Study. Social Psychology Quarterly, 70, 125-147.
27. Haslam, S. A., & Platow, M. J. (2001). The link between leadership and followership: How affirming social identity translates vision into action. Personality and Social Psychology Bulletin, 27, 1469–1479.
28. Haslam, S. A., Postmes, T., & Ellemers, N. (2003). More than a metaphor: Organizational identity makes organizational life possible. British Journal of Management, 14(4), 357-369.
29. Hogg, M. A., Martin, R., Epitropaki, O., Mankad, A., Svensson, A., & Weeden, K. (2005). Effective leadership in salient groups: Revisiting leader-member exchange theory from the perspective of the social identity theory of leadership. Personality and Social Psychology Bulletin, 31(7), 991-1004.
30. Hogg, M. A., & Williams, K. D. (2000). From I to we: Social identity and the collective self. Group Dynamics: Theory, Research, and Practice, 4(1), 81–97.
31. Hogg, M. A. (2004). Self and Social Identity: Social Categorization, Depersonaliaztion and Group Behaviour (Chapter 9),ed: Marilynn B. Brewer and Miles Hewstone, Blackwell Publishing.
32. Hornsey, M.J. (2008). Social identity theory and self-categorization theory: A historical review. Social and Personality Psychology Compass, 2, 204-222.
33. Ilgen, D. R., & Sheppard, L. (2001). Motivation in work teams. in M. Erez, U. Kleinbeck, & H. Thierry (Eds.), Work motivation in the context of a globalizing economy: 169–179. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
34. van Knippenberg, D & Sleebos, E. (2006). Organizational identification versus organizational commitment: Self-definition, social exchange, and job attitudes. Journal of Organizational Behavior, 27(5), 571–584.
35. Koçel, T. (2005). İşletme yöneticiliği, Arıkan Basım Yayım Dağıtım.
36. Martin, R., Thomas, G., Charles, K., Epitropaki, O.,& McNamara, R. (2005). The role of leader-member exchanges in mediating the relationship between locus of control and work reactions. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 78(1), 141–147.
37. Mussweiler, T., Ruter, K., & Epstude, K. (2004). The man who wasn't there: Subliminal social comparison standards influence self-evaluation. Journal of Experimental Social Psychology, 40(5), 689-696.
38. Oyserman, D. (2004). Self-concept and identity. in M. B. Brewer & M. Hewstone (Eds.), Self and social identity

(5-24), Blackwell Publishing.

39. Özutku, H., Veysel, Ağca.,& Cevrioğlu, E. (2008). Lider-üye etkileşim teorisi çerçevesinde, yönetici-ast etkileşimi ile örgütsel bağlılık boyutları ve iş performansı arasındaki ilişki: Ampirik bir inceleme. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 22(2), 193-210.
40. Reicher, S., Haslam, S. A., & Hopkins, N. (2005). Social identity and the dynamics of leadership: Leaders and followers as collaborative agents in the transformation of social reality. Leadership Quarterly, 16(4), 547-568.
41. Reicher, S. D., Haslam, S. A., & Platow, M. J. (2018). Shared social identity in leadership. Current Opinion in Psychology, 23, 129-133.
42. Reicher, S.D., & Hopkins, N.P. (2001). Self and nation, Sage.
43. Scandura, T. A., & Pellegrini, E. K. (2008). Trust and leader—member exchange: A closer look at relational vulnerability. Journal of Leadership & Organizational Studies, 15(2), 101–110.
44. Scott, C. R. (2007). Communication and social identity theory: Existing and potential connections in organizational identification research. Communication studies, 58(2), 123-138.
45. Seyyar, A. (2004). Davranış bilimleri terimleri (Ansiklopedik sözlük). Beta Basım Yayım Dağıtım.
46. Sherif, M. (1951). A preliminary study of inter-group relations. in J. H. Rohrer & M. Sherif, Social psychology at the crossroads; the University of Oklahoma lectures in social psychology (pp. 388–424). Harper.
47. Sherif, M., White, B. J., & Harvey, O. J. (1955). Status in experimentally produced groups. American Journal of Sociology, 60(4), 370-379.
48. Sherif, M.,& University of Oklahoma. Institute of Group Relations & (1961). Intergroup conflict and cooperation: The Robbers Cave experiment (Vol. 10, pp. 150-198). Norman, OK: University Book Exchange.
49. Sherif, M. (1966). Group conflict and cooperation, Routledge & Kegan Paul.
50. Tajfel, H. (1978). Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations. Academic Press.
51. Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. in W. G. Austin, & S. Worchel (Eds.), The social psychology of intergroup relations (pp. 33-48). Monterrey, CA: Brooks-Cole.
52. Turner, J. C. (1991). Social influence. Open University Press.
53. Turner, J. C., & Haslam, S. A. (2001). Social identity, organizations, and leadership. in M. E. Turner (Ed.), Groups at work: Advances in theory and research, 25–65, Lawrence Erlbaum Associates.
54. Tyler, T. R. (2002). Leadership and cooperation in groups. American Behavioral Scientist, 45(5), 769–782.
55. Wetherell, M. (1996). Group Conflict and the Social Psychology of Racism. in Identities Groups and Social Issues, edited by M. Wetherell, 175–238, Sage.



4.

The Relationship of Retro Marketing and Consumers' Brand Loyalty

RETRO PAZARLAMA ve TÜKETİCİLERİN MARKA BAĞLILIĞI İLİŞKİSİ

Dr. Cihat Kartal*

Dr. Recep Yücel**

Abstract

There is a lot of academic research, mostly psychology-based, about people's nostalgia for the past. Sometimes people try to establish a relationship between the present and the past. We often hear "The good old days, was it like this before?" There is an important psychological dimension behind such words. Research shows that the human brain does not pay much attention to events that are not different or routine, but on the contrary, when ever something negative ocursorencounters a very different situation in one's life, it does not forget it. on the other hand, it shows that 85% of our memories are related to youth / childhood periods and first memories, while the remaining 15% belongs to the last fivey ears. This situation has also attracted the attention of thea dvertising world, and scenarios have been created to establish connections between current products or services and the past. E.g; There are advertising messages such as the description of a margarine chosen by a young lady at home cooking with a product or brand that the irmotherused. Based on this basis, our study aim storeveal the marketing approaches

***Assistant Professor, Kirikkale University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration.**

****Professor, Kirikkale University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration.**

of businesses as well as the relationships of past experiences, which we define as nostalgia, with consumer behavior. Especially the opportunity created by the social restrictions during the pandemic periodf or people to evaluate themselves reveals the importance of this study. According to the basic findings of our research, it shows that nostalgic products / services and brands play an important role in establishing the relations of consumers with the past, and this situation reveals brand loyalty because it makes consumers happy.

KeyWords : Retro Marketing, Nostalgia Marketing, Brand Loyalty, Consumer Behavior
JEL Code : M31, M37, M39

ÖZET

İnsanlarin geçmiş olan özlemlerine ilişkin çoğu psikoloji temelli birçok araştirma akademik söz konusudur. Kimi zaman insanlar içinde bulunduklari an ile geçmiş arasinda bir ilişki kurmaya çalişir. Çoğu zaman duyduğumuz “ Hey gidi günler hey, eskiden böylemiydi?” gibi sözlerin ardinda önemli bir psikolojik boyut bulunmaktadir. Araştirmalar, insan beyninin farkli olmayan ya da rutin işleyen olaylara çok fazla ilgi göstermediğini, aksine insan hayatinda ne zaman olumsuz bir şey ortaya çiksa ya da çok farkli bir durumla karşilaşsa bunu unutmadiğini göstermektedir. Diğer yandan anilarimizin %85 gibi çok önemli bölümünün gençlik/çocukluk dönemleri ve ilk anilarla ilişkili olduğu, kalan %15’lik bölümünün ise önemli ölçüde son beş yila ait olduğunu göstermektedir. Bu durum reklamcilik dünyasinin da dikkatini çekmiş olup mevcut ürün ya da hizmetler ile geçmiş arasinda bağlantilar kurmaya yönelik senaryolar oluşturulmuştur. Örneğin; genç bir hanimin ev yemeklerinde seçmiş olduğu bir margarinin, annelerinin kullanmiş olduğu bir ürün ya da marka ile betimlenmesi gibi reklam mesajlari bulunmaktadir. Çalişmamiz bu temelden yola çikarak adini nostalji olarak tanimladiğimiz geçmiş deneyimlerin tüketici davranişlariyla olan ilişkilerinin yani sira işletmelerin pazarlama yaklaşimlarini ortaya koymayi amaçlamaktadir. Bilhassa pandemi dönemindeki sosyal kisitlamalarin insanlarin kendilerini değerlendirebilme konusunda yaratmiş olduğu firsat bu çalişmanin önemini ortaya koymaktadir. Araştirmamizin temel bulgularina göre nostaljik ürün/hizmet ve markalarin, tüketicilerin geçmişle olan ilişkilerini kurmada önemli bir rol üstlendiğini ve bu durumun tüketicileri mutlu etmesi sebebiyle marka bağliliğini ortaya çikardiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Retro Pazarlama, Nostalji Pazarlamasi, Marka Bağliliği, Tüketici Davranişlari

GİRİŞ

Literatürde Retro pazarlama, bazi akademisyenler tarafindan Nostalji pazarlamasi olarak ta adlandirilabilmektedir. Nostalji kavrami ilk olarak 1600’lü yillarin sonlarinda tibbi bir terim olarak kullanilmaktaydi. Bu yildan itibaren nostalji, uzun yillar fiziksel bir hastalik olarak görülmüştür. Ancak günümüzde, geçmişe yönelik psikolojik bir özlem duygusu olarak kabul edilmektedir (Scola ve Gordon, 2019:286). Türk Dil Kurumu’na göre nostalji, “geçmişte kalan güzelliklere duyulan özlem ve bu duygunun baskin hale gelmesi ve geçmişe bugünden duyulan aşk” olarak tanimlanmaktadir. Kelime kökü incelendiğinde nostalji kavrami; Yunanca yurda

dönüş anlamina gelen "nostos" ile istirap anlamina gelen "algos" kelimelerinin birleşmesinden meydana gelmekte ve insanlarin bulunduklari yerlere karşi biriktirdikleri duygusal tepkiler olarak tanimlanmaktadir. Kisaca geçmişte yaşanan ya da ilişki kurulan şeyler ve kişilerdir (Oral, 2021:963-964). Pazarlama araştirmalarinda nostalji kavrami, tüketiciler için olumlu bir duygu olarak kabul edilmiştir. Pazarlama uzmanlari, nostaljinin tüketiciler üzerindeki etkilerini, genellikle bir bireyin nostaljik duygulardan etkilenme olasiliğini ölçen nostaljiye yatkinlik endeksini kullanarak incelemişlerdir. Ayni zamanda insan yaşinin nostaljik duygularda hayati bir rol oynamayabileceği ve tüketicilerin, bireyin doğmadan önceki bir zaman dilimi hakkinda nostaljik hissedebileceğini yani "vekaleten nostalji" yaşayabileceğini değerlendirmişlerdir (Scola ve Gordon, 2019:286). Retro ise; İngilizce bir kelime olmakla birlikte retrospective kelimesinden gelmektedir. Türkçe de "geçmişe dair her şey" anlamina gelmektedir. Kök olarak bakildiğinda Latince'den türemiş olup "eskiden, geçmiş zamanlarda" anlamina gelmektedir (Toksari ve Aydar,2021:894).

Ancak nostalji ve retro kavramlari birbirinden farklidir. Her ne kadar bu iki kavram birbiriyle ilişkili olsa da eşanlamli değildirler. Eğer "nostaljik pazarlama" kavrami kullanilacak olsaydi, bu sadece ayni uygulamayi geri getirmek ve mevcut trendlere ayak uydurmak için herhangi bir değişiklik yapmamak anlamina gelirdi (Scola ve Gordon, 2019:286). Hemetsberger, Kittinger-Rosanelli ve Mueller (2010), retro markalar ile saf nostaljik markalar arasinda bir ayrim yapmişlardir. Daha önce vurgulandiği gibi, en büyük fark, retro markalarin güncelleme özelliğini içermesidir. Ayrica, Dahlen, Lange, Smith (2010) retro markalara yönelik trendi "bizi aile, gençlik ya da biçimlendirici yillarla ilgili anilarimiz araciliğiyla yaşamlarimizda farkli bir yere ya da zamana aktaran nostaljik çağrişimlarla" ilişkilendirmiştir. Nostaljik bağlanma anlaminda markanin geçmişte tüketici tarafindan kullanildiği için hoş anilar uyandirmasi gerektiği savunulmaktadir (Katija, 2017:131). Nostaljiyle ilgili olarak Holak, Havlena, Matveev (2006) dört tür siniflandirmadan bahsetmişlerdir. Bunlar (Gökaliler ve Arslan,2015:246);

- **Kişisel nostalji:** Doğrudan bireylerin yaşadiği anilarla ve deneyimlerle bağlantili kurduklari bağlardir. Kişisel nostalji eğilimi kültürel ürünler için güzel tat şeklinde bulunmakta ve tüketim seçeneklerini etkilemektedir. Ülker firmasinin, Hanimeller kurabiye reklamlarinda doğalliği ve lezzeti vurgulamak için "anne eli değmiş gibi" slogani ile anne özlemi üzerinden nostalji yapmasi örnek olarak verilebilir.





Ülker Hanimeller Terayağli Kurabiye

❖ **Kişilerarasi nostalji:** Bireylerin birebir kendi tecrübeleri olmasa da aileden, çevreden veya arkadaşlarindan duyduklari ve birey için dolayli olan bireysel deneyimler araciliğiyla bağ kurulmasidir. Bir çocuğun kişilerarasi nostaljisi, ebeveynlerinin anilarinin yani sira çocuğun ebeveynleriyle ilgili kendi anilarindan oluşmaktadir.

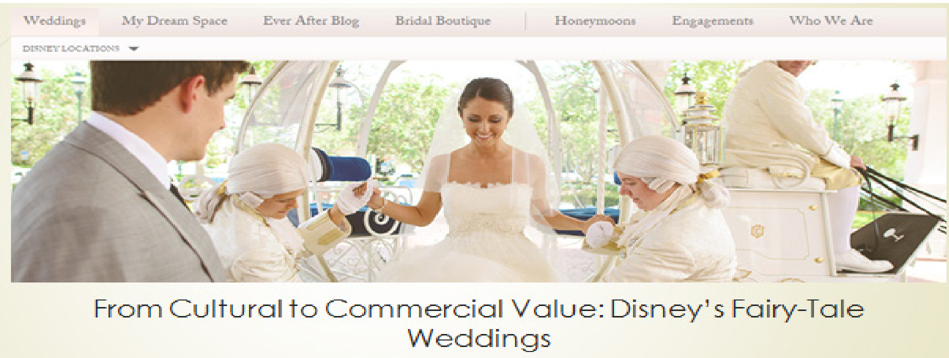


❖ **Kültürel nostalji:** Bayramlar, yilbaşi gibi doğrudan kültürü etkileyen toplumsal deneyimler araciliğiyla geçmişle bağ kurulmasidir. Türk kültüründeki Kurban Bayrami ve Ramazan Bayrami gibi aile ve yakin akrabalarla paylaşimda bulunulan bayramlar, kültürel nostalji çerçevesinde ele alinabilir. Örneğin; Kent markasi, kültürel nostaljiye dayanan reklamlarinda bayramlarin önemini vurgulamakta ve bu yolla unutulmaya yüz tutmuş toplumsal deneyimleri canlandirmaya çalişmaktadir.



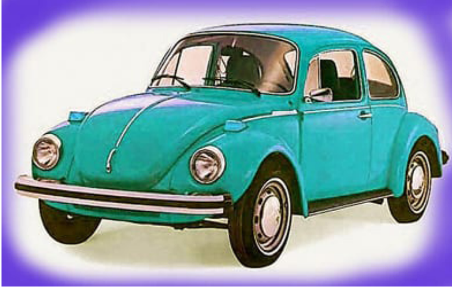
Kent Şekerleme Ürünleri Reklami

❖ **Sanal nostalji:** Masallar, kitaplar vb. bireyi dolayli olarak etkileyen toplumsal deneyimler araciliğiyla geçmişle bağ kurulmasidir.



RETRO PAZARLAMA KAVRAMI

Nostalji oldukça karmaşik bir duygudur. İlk bakişta, bu "o zamanlar her şeyin daha iyi olduğu" fikriyle ilişkili olduğu düşünülebilir. Tüketicinin zihnindeki geçmişi incelediğimizde "kişisel" nostaljiyi "toplumsal" nostaljiden ayiran noktalara dikkat edilmelidir. İlki, bireysel yaşam döngüleriyle ilişkilidir. İnsanlar yaşlandikça, gençliklerinin mutlu günlerini düşünmeye başlamasidir. İkincisi ise; savaşlar, devrimler veya ekonomik krizler gibi olaylarin etkisidir. Örneğin; 1960'larin sonundaki toplumsal kargaşa, 1970'lerin nostalji patlamasini tetiklemiş ve komünizm sonrasi, yeni dünya düzeni, retronun yükselişine elverişli koşullar yaratmiştir (Merlo ve Perugini, 2015:94). Brown (1999), retro pazarlamayi veya markalaşmayi, mevcut trendlere ve teknolojiye ayak uydurarak markanin geçmiş bir tarihsel dönemine saygi göstermek olarak tanimlamiştir. Ayni zamanda Brown (2013) bu eğilimin kisa ömürlü bir heves olacağina ve bunun kismen "fin de siècle" etkisinden kaynaklandiğina inaniyordu. "Fin de siècle" etkisi, bir çağin sonuyla ilişkili deneyimler hakkinda kültürel bir endişe olduğunu belirtir. Günümüzde ise retro pazarlama kalici olmaya devam etmektedir. Bu uygulamalar "yepyeni, eski moda teklifler" olarak tanimlanmiştir (Scola ve Gordon, 2019:286). Esasen retro pazarlama, geleneksel pazarlamadan çok farkli olup üç kategoriye ayrilir. Bunlar; Retroizasyon pazarlamasi, marka canlandirma ve retro markalamadir. Retroizasyon pazarlamasi, geçmişle ilişkilendirilmek isteyen yeni bir marka ile bir ürün piyasaya sürüldüğünde gerçekleşir. Markayi yeniden canlandirma, eski düşüşte olan bir markayi, markayi tarihin belirli bir dönemine göre konumlandirmadan günümüze getirme girişimidir. Son olarak retro markalama ise, bir markanin geçmişe ait olduğu algilandiğinda ve geçmişle olan bu ilişkinin korunmasi gerektiğinde ortaya çikar. Örneğin; Volkswagen "New Beetle". (Hellagatte ve Marticotte, 2018:485).





Volkswagen ***New Beetle***

Temelde retro pazarlama, modern bir ürünü çekici kilmak için geçmişe yönelik nostaljiyi kullanmakla ilgili olan bir kavramdir. Bu nedenle retro pazarlama, bir işletmenin geçmiş zamandaki ürünleri için nostaljiye dayali bir marka kimliği oluşturmayi içermektedir. Retro pazarlama, ürünün kendisini eski moda görünmesi için değiştirebilir (Retrow:2021). Örneğin; nostaljik ancak modern bir araba kullanmak isteyenler için Volkswagen Beetle ve Mini Cooper tüketicinin her iki ihtiyacina olumlu yanit verebilen ürünlerdir.

Retro pazarlama, perakende satiş dünyasi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Genellikle retro ürünler her ne kadar eski bir görünüm taşisalar da birçok ürünün üzerinde modern hatlar

bulunabilmektedir. Örneğin; müzik pazarinda son on yildir plaklarin ne kadar hakim olduğunu görüyoruz. Pürüzsüz ve net bir dijital sesten sikilan tüketiciler kimi zaman ellerindeki eski plaklari dinleyebilmek, kimi zamanda modern müzikleri plağin vermiş olduğu cizirtili bir ses ile dinleyebilmek bazi müşterileri daha mutlu edebilmektedir. Bu konuda geçmişle modern tasarimlari bir arada taşiyan gramofonlara örnek verebiliriz. Bu aletler bir yandan plak çalabilirken diğer yandan USB, uzaktan kumanda, mp3, bluetooth, DVD ve CD, Aux-in ya da Line-out gibi birçok teknik özelliklere de sahip olabilmektedir.



Modern Gramofon

Konuya pazarlama bilimi açisindan yaklaşildiğinda aslinda şu sorularin sorulmasinda ve cevap aranmasinda yarar vardir;

❖ Retro ürünün karakteristik özellikleri nedir?
❖ Retro pazarlama neden önemlidir?
❖ Retro ürünler eski mi ya da yeni bir ürün müdür?
❖ Tüketiciler neden retro ürünleri tercih ediyor?

Öncelikle retro pazarlamanin literatürde üç farkli boyutta ele alindiğina dikkat çekilmelidir. Böylece ürün karakteristiğine cevap bulunabilir. Bunlar (Şahin ve Kaya, 2019:230);

❖ Repro; eski güzel olan şeyi yeniden üretmek ile ilgilidir.
❖ Retro; eski ile yeniyi genellikle eski moda tarz ile ileri teknoloji şeklinde birleştirme anlamina gelmektedir.
❖ Repro-retro; nostaljiden başlayarak geliştirilmiş ve canlandirilmiş ürünleri simgelemektedir. Repro-retro'ya, neo-nostalji de denilmektedir.

Retro ürünlerin karakteristik özelliklerini tanimlayabilmek için retro ürün çeşitleri bilinmelidir. İki temel retro ürün bulunmaktadir;

- ❖ Orijinal Retro Ürün; Geçmişteki orijinal bir ürünün gerçek bir basimi veya kopyasi.
- ❖ Modern Retro Ürün; Retro stili benimseyen modern ürünler.

a) Orijinal Retro Ürünler

Tüketiciler çoğu zaman retro ürün satin alirken, geçmişteki insanlarin bu ürünleri nasil kullandiklarina yönelik deneyimleri de elde etmek isterler. Bu amaca hizmet edebilmek için ürünler geçmişte üretilmiş olduğu özellikler ya da biçimde aynen üretimleri sağlanmaktadir. Örneğin; Morgan Spor arabalari 1930'lu yillardan beri tüketicilere ayni biçimde ürün sunmaktadirlar. Bu araçlar sadece güvenlik için daha modern motor ve fren sistemlerine sahip olsalar da geri kalan tüm unsurlar ayni biçimde üretilmektedir. Bir başka örnekte İtalyan'larin Bialetti Moka Ekspres Kahve Makinesi verilebilir. İlgili işletme 1933 yilindan beri en mükemmel olarak kabul ettikleri İtalyan espressosunu tüketicilerine sunabilmek için kahve makinelerini da ayni biçimde üretmeye devam etmişlerdir. Ayrica kendilerine güçlü bir tarz benimseyen erkeklerin dolma kalem kullandiklari bilinir. Mont Blanc Dolma Kalemleri tüketicilerinin bu ihtiyacini karşilayabilmek için 1980'lerden beri ürününde hiçbir biçimsel değişiklik yapmamiştir. Bu nedenle ürün retro bir ürün olarak bilinmektedir.



Morgan Sports Car



Bialetti Moka Ekspres



Mont Blanc Fountain Pen

Orijinal retro ürünlerin bazilari ilk üretildiği günden itibaren ayni biçimde üretilmeye devam ederken bazilari da üretici işletmenin belli bir sürenin ardindan tekrar eski ürünlerin geri getirildiği pazarlama stratejisini kullanmaktadirlar. Örneğin; bilindiği üzere 1960'li yillarda Unilever firmasi "Sana" markasiyla Türk pazarina ilk margarini getirerek piyasa liderliğini elde etti. Hatta o dönemler margarin kelimesi yerine kullanilan bir marka halini almişti. Yaklaşik 20 yil kadar sonra Sabanci holding tarafindan "Luna" marka margarin üretildi. Aradan geçen uzun yillarin ardindan "Yoksa siz hala annenizin margarinini mi kullaniyorsunuz?" sloganiyla yeniden piyasaya ayni isimde sürüldü. Bir başka örnek olarak Ülker firmasinin "Dido" marka çikolatasindan bahsedebiliriz. Ürün uzun yillar sonra yine ayni isimle piyasaya sürülmüştür.

Retro ürünlerin, geçmişten gelen, eski ancak unutulmamiş bir ürünün, modern bir yeniden doğuşu olma olasiliği daha yüksektir (Retrow:2021).





Luna Margarin *DİDO Çikolata*

b) Modern Retro Ürünler

Görüntüsü eski gibi olan ancak işlevsellikleri açisindan birçok modern özellik taşiyan ürünler modern retro ürünlerdir. Bu ürünler genel olarak eskinin tarz olarak kabul edilen antika havasinin bir yansimasi ile modern teknolojinin bir bileşimi olarak görünürler. Bu ürünlerin her zaman kaliteli olmasi beklenmeyebilir ancak geçmişten gelen tasarim ile ilgi çekerler.

Bu tür retro ürünler, bize hatirladiğimiz veya hatirlamadiğimiz geçmişi dezavantajlari olmadan verir. Örneğin; Retro radyolar cizirti yapmaz; retro arabalarin dikkatli bakima veya çift debriyaja ihtiyaci yoktur (Retrow:2021). Bu tür ürünlere ülkemizden de örnek vermek mümkündür. Örneğin; son dönemlerde elektronik pazarlarda retro radyo ve pikaplara kolaylikla rastlayabiliriz. Bu ürünlerin önemli bir bölümü dijital altyapiya sahiptir. Ayrica modern tasarima sahip ancak polaroid çekim yapan makineler çoğunlukla büyük kitapçilarda satilir hale gelmiştir. Konuya bir başka örnekte motosiklet dünyasindan verilebilir. Daha çok Chopper ya da Cruiser motosikletlerde klasik hatlari taşiyan yeni ürünler özel kullanicilarinin ihtiyaçlarina hizmet vermektedir.







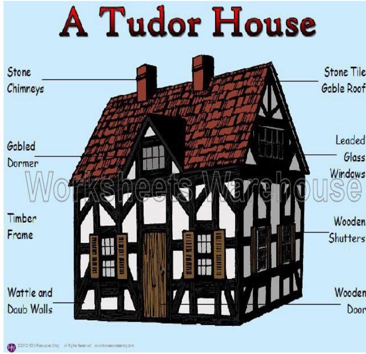
Retro Radyo *Polaroid Kamera* *Retro Motosiklet*

İlk olarak 1989 Tokyo Otomobil Fuari'nda tanitilan ve 1991-1992 yillari arasinda üretilen iki kapili cabriolet otomobil olan Nissan Figaro, 50'li yillarin tarzini yansitan ilk retro otomobildir (Wikipedia:2021). Bu arabanin hemen ardindan diğer bir retro ürün olan Vokswagen Beetle üretilmiştir.



Nissan Figaro

Retro ürünler sadece küçük ölçekli ürünlerde değil 1920'li yillarin tasarimini içeren banliyölerdeki Tudor evleri gibi yapilarda da görülebilir. Ülkemizde ise geleneksel evlerdeki Cumba adi verilen mimari çikintilar modern yapilarda da kullanilabilmektedir. Yani sira kitabeli saçak, parmaklik, yağmurluk ve damlalik gibi klasik mimari tasarimlarin da modern yapilarda izlerine rastlanmaktadir.







Tudor Ev Modeli ***Osmanli'da Cumba*** ***Modern Tasarim Cumba***

Diğer yandan, belirgin bir şekilde retro olan dekoratif öğeler için güçlü bir beğeni bulunmaktadir. Sahte bakir çaydanliklar ve isitma tavalari, Viktorya dönemi gaz lambalari tarzinda elektrik lambalari, ön kapinin yaninda bir karşilama arabasi lambasi, Gürcü tarzinda gümüş çay takimlari ve süslü gümüşler ve şamdanlarin yani sira bakir tava saatleri ile çiftlik evi tarzi çam mobilyalar (Wikipedia:2021) retro yansimalari olarak karşimiza çikmaktadir.

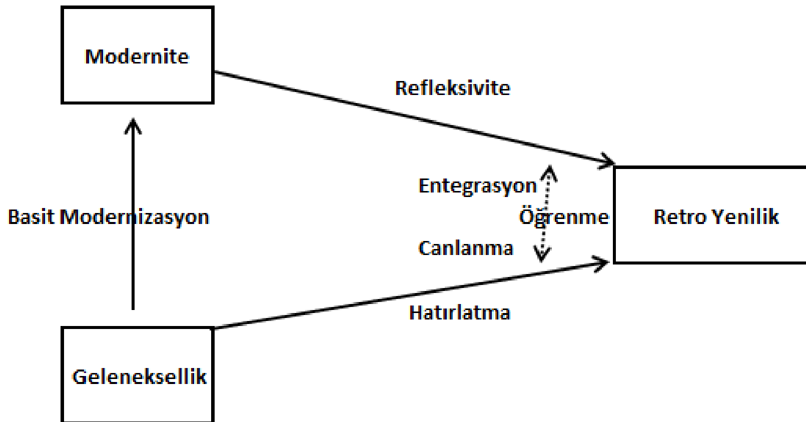






Osmanli Çay Seti *Hilal Şamdan* *Padişah Kokusu (Parfüm)*

Sonuç olarak eski bir üründe, değişiklik olmasi durumunda geriye dönük yenilikler modern Retro kavrami ifade etmektedir. Kullaniciyi geçmişe götürmek için geçmişten gelen bir ürünü veya deneyimi özgün bir şekilde taklit eden veya yeni ihtiyaçlari karşilamak için nostaljik bir format kullanan yada alternatif olarak eski ihtiyaçlari karşilamak için yeni bir format kullanan yenilikleri içermektedir. Bu durum Retro-inovasyon kavrami ile açiklanmaktadir. Genelde retro yeniliklerin tüketiciler, çalişanlar, toplum ve çevre üzerinde olumlu bir etkisi vardir. Retro-inovasyon kavrami genellikle hafife alinsa da sürdürülebilir kalkinma bağlaminda önemi, toplumsal bakiş açisindan vazgeçilmezdir (Loučanová ve Olšiaková, 2020:167). Retro-inovasyon yaklaşiminin, ürün veya hizmeti zaten bildikleri, tüketicilere çekici geldiği ve daha az sermayeye ihtiyaç duyulmasi, maliyetlerin düşürülmesi ve yatirimlarin daha hizli geri kazanilmasi, dolayisiyla ekonomik sürdürülebilirliğin artirilmasi nedeniyle işletmeler için çekici olduğu söylenmektedir. Ancak retro-inovasyon kavrami, hala yeterince araştirilmamiştir (Bravo ve diğ.,2019:1051). Zagata ve diğ. (2020) Retro inovasyonu aşağida yer alan model ile açiklamişlardir;



Şekil : Retro-inovasyon sürecinin oluşumu
Kaynak : Zagata ve diğ.(2020:646).

Modele göre Retro-inovasyon karşilikli olarak iç içe geçmiş birkaç süreçten oluşmaktadir. Bu süreçler;

(1) Modernist paradigmanin düşünselliği,

(2) Eski unsurlarin animsanmasi,

(3) Bilginin yeniden canlandirilmasi.

(4) Yeni fikirlerin entegrasyonu.

(5) Öğrenme süreci (eski bilgiyi kullanarak yeni gelişme için yararlanmak).

Retro-inovasyon, eski ve yeninin bir kombinasyonudur. Yeni çözüm arayişi, modernistler tarafindan yönlendirildiğinden refleksivite ilk süreçtir. Retro-inovasyon, güncel sorunlara alternatif çözümler için ilham veren geçmişteki bir zamanin aktif olarak değerlendirilmesi ile tanimlanir. Bu ilham arayişi, uzun zamandir unutulmuş bir deneyim ve uygulamalari hatirlatan animsamaya dayanmaktadir. İlham veren uygulamalar canlanma süreci içinde yeniden ortaya çikar. Canlanma, eski deneyimleri ve uygulamalari bir araya getiren ve onlari moderniteye gömülü kaynaklara dayandiran entegrasyon ile el ele gider, çünkü eski fikirlerin mevcut ihtiyaçlara uyarlanmasi gerekir. Eski ve yeninin birleşimi – retro-inovasyonu başarili kilmak için – aktörler tarafindan öğrenmeyi gerektirir. Öğrenme süreci, eskinin yeniden canlanmasini ve ayrica mevcut bağlam ve kaynaklarla bütünleşmeyi içerir (Zagata ve diğ.,2020:644).

3. Neden Retro Pazarlama

Geriye dönük pazarlama ve tüketimden bahsederken, itici olan güç, bir şeyin daha önce nasil daha iyi olduğu fikrine dayanmaktadir. Bu durum, özlemden yararlanan, son yirmi yilda piyasayi doyuran metalarin çoğalmasiyla kendini göstermiştir ki pazarlama literatüründe "tüketicilerin nostaljik eğilimleriyle ticaret yapan", "önceki bir tarihsel dönemden bir ürün veya hizmetin yeniden canlanmasi veya yeniden başlatilmasi" anlamina gelmektedir. Retronun çekiciliği genellikle nostaljik bir özlemle yakindan bağlantili olarak gerçekleşir (Ahlberg, Hietanen ve Soila, 2021:160). Ayrica insanlar arzu etmedikleri bir durumla karşilaştiklarinda çoğu zaman mutsuz olurlar. Bu mutsuzluk süreci genellikle insanlarin kendilerini değersiz hissetmelerine de neden olmakta ve bu sebeple geçmişe karşi özlem duyabilmektedirler.

Post modern pazarlama anlayişinin esasi, tüketicilerin zevk ve isteklerine yönelik ürünler üretmek ve müşteri memnuniyetini sağlamaktir. Müşteri memnuniyetini sağlayarak, müşteri bağliliği yaratmanin en etkili yolu ise müşteriyi mutlu etmekten geçmektedir. Bu nedenle markalar stratejik yollarla tüketicilerin duygularina hitap etmeye çalişirlar (Sariçiçek ve diğ., 2017:346). Tüketiciler, geçmişlerini onlara gençliklerini hatirlatan nostaljik markalarin tekrar karşilarina çikmasi ile duygulanmakta ve hafizalarinda canlanan anilar zinciri ile hatirladiklarini çocuklarina ve torunlarina aktarmaktadirlar. Bu vesileyle ortaya çikan retro pazarlama, Stephen Brown tarafindan kavram haline getirilmiştir (Tekelioğlu ve Tiğli, 2016:281). Dolayisiyla işletmeler bu özlemi büyük bir pazar potansiyeli olarak görmüşlerdir. Böylece işletmeler, bu özlemi gidermek için pazarlama stratejilerine yönelmiş ve etik ilkeler çerçevesinde müşterilerinin özgüvenlerini pekiştirmek için mutluluk anlarina odaklanmişlardir. İşletmelerdeki bu anlayiş, pazarlama anlayişini da değiştirmiş ve tüketicilerin zihnine, kalbine ve ruhuna odaklanan bir

pazarlama anlayişina evrilmiştir. Pazarlama bu noktada eski ile yeni, küresel ile geleneksel, zihin, duygu ve ruh arasinda bir köprü rolü oynamakta ve bu inşa sürecinde nostaljiden yararlanmaktadir (Oral, 2021:964). Araştirmalar, nostaljinin tüketicileri mutlu anilar şeklinde bir geri dönüş vaat ederek paralarini harcamaya teşvik ettiğini de göstermektedir. Bu yüzden retro pazarlamanin son yillarda giderek daha da popüler hale gelmesinin nedeni olarak, marka ile müşteri arasinda daha derin ve duygusal bir bağ kurmasindan bahsedebiliriz (Holotova, Kadekova ve Kosiciarova, 2020:148). Ayrica retro ürün satin alan tüketicilerin geçmişin daha basit, daha az stresli ve idealleştirilmiş versiyonuna geri dönebileceklerini, negatiflerden arindirilmiş ve mevcut bağlama entegre edilmiş retro deneyimler satin aldiklarina da dikkat edilmelidir (O'Brien, 2018:126). Hemetsberger, Kittinger, Rosanelli ve Mueller (2010)'e göre retro markalar, nostaljik nesneler olmanin yani sira, özdeşleşmek için güçlü tarihsel değer sistemleri sağlayarak kimlik inşasi olarak görülebilmektedir. Ayni şekilde Brown, Kozinets, Sherry (2003)'e göre retro markalarin kişisel ve toplumsal nostaljiyi tetikleyen marka mirasini çağriştirdiğini vurgulamiştir. Strauss (2008) ise, retro markalardaki mevcut patlamanin, eski markalarin güvenilirliği ve eski markalarla deneyim konusunda güçlü bir temele sahip olduğunu savunurken Balmer (2017), retro markalarin idealize edilmiş ve bazen de hayal edilen bir geçmişi kutladiğini belirtmiştir (Katija, 2017:131). Soba ve Tastepe (2020)'nin yapmiş olduğu araştirma verilerinin analiz sonucuna göre; nostalji eğilimi ve retro markaya duyulan güvenin marka sadakatini etkilediği ve marka sadakatinin satin alma niyetini doğrudan etkilediği gözlemlenmiştir. Ayrica retro markaya duyulan nostalji ve güven trendinin marka sadakati yoluyla satin alma niyeti üzerinde dolayli etkileri olduğu sonucuna ulaşilmiştir (Soba ve Tastepe, 2020:84).

Yapilan çalişmalar köklü markalarin sadece eski çağlari değil, eski benlikleri de çağriştirdiğini ortaya koymuştur. Eski markalar, tüketicileri geçmişlerine ve bu markalari paylaşan topluluklara bağlamaya hizmet etmektedir. Örneğin; tanidik sloganlar ve paketler marka mirasina atifta bulunmakta ve tüketicilerin hem kişisel hem de toplumsal olarak daha iyi günlerin anilarini uyandirmaktadir (Brown ve diğerleri, 2003). Sonuç olarak başarili bir retro pazarlama aşağidaki unsurlara dikkat edilmelidir (Şahin ve Kaya,2019: 230-231);

- **Durağanlik;** marka kolektif hafizada yer edinmeli fakat mevcut pazarlama ile ilgisi bozulmamiş olmalidir.
- **İkoniklik;** marka, çekiciliğin merkezinde yer almalidir. Marka gelişme veya dönüşüm evresinde bireysel veya grupsal açidan çarpici olmalidir.
- **Hatirlatici olma;** markayi hareketlendirir. Marka, kolektif hafizadan canli deneyime davet edebilmelidir.
- **Ütopiklik;** retro markalarin ayirici özelliğidir. İdealize edilmiş geçmişe olan özlemin tüketim yoluyla tatminidir.
- **Dayanişma;** retro markanin önemli bir birleştirici niteliğidir. Retro marka, kullanicilari arasinda bir topluluğa ait olma duygusunu canlandirmalidir.
- **Mükemmeliyet;** retro bir markanin kapsadiği nihai özelliktir. Marka, teknolojik ve

ideolojik olarak süresiz olarak güncelleştirilebilir olmali, kendi kimliklerini sürekli yenileyen tüketicilerle uyumlu olduğunun garantisini vermelidir.

4. RETRO MARKALAMA

"Retro markalama" terimi genellikle alternatif bir marka genişletme biçimi olarak tanimlanmaktadir. Retro markalar genellikle güncellenmiş özelliklere sahip yeniden piyasaya sürülen tarihi markalara atifta bulunmaktadirlar. Buna göre retro markalama, her zaman olmasa da genellikle çağdaş performans standartlarina göre güncellenen, önceki bir tarihsel döneme ait bir ürün veya hizmet markasinin yeniden canlandirilmasi veya yeniden piyasaya sürülmesi anlamina gelir. Benzer şekilde Fons Van Dyck (2014), retro markalarin eski moda tasarimi modern işlevsellik ile bütünleştirdiğinin altini çizmiştir (Katija, 2017:131). Youn ve Jin, (2017)'e göre retro pazarlama alaninda, retro markalarin pazarlanmasi veya retro markalaşma, hem pazarlama akademisinin hem de yöneticilerin ilgisini artirmaktadir. Çünkü retro markalar denenmiş ve test edilmiş bir uygulamalara dayanmaktadir. Cattaneo ve Guerini, (2012)'e göre geçmişin güncellenmiş markalari olan retro markalar, tüketiciler tarafindan gelişmemiş markalardan daha fazla beğenilmektedir (Hallegatte ve Ertz, 2018:484). Çünkü yeni markalar bizlere modern tasarimlar sunmaktadir. Buna karşilik, klasik (geleneksel) markalar geçmişle güçlü bağlantilarina odaklanmakta ve kalicilik, istikrar, nostalji ve miras açisindan zengindirler. Örneğin; Coca-Cola reklamlari bölgesel geleneklere odaklanmiştir. Dolayisiyla bu tür markalar kendilerini geleneksel ve kalici olarak konumlandirmişlardir. Bu, klasik markalarin asla değişmediği anlamina gelmez. Doğal olarak gelişirler ve sürekli değişen piyasa koşullarina uyum sağlarlar. Ancak, özleri ayni kalir. Örneğin; 2009 yilinda The Coca-Cola Company (2014) kismen bitki bazli malzemelerden yapilmiş %100 geri dönüştürülebilir şişeleri kullanmaya başlamiş; ancak logo, teneke ve şişe tasarimi ve tadi hemen hemen ayni kalmiştir (Demir ve diğ.2017:125).



Coca Cola Tarihsel Şişe Tasarimlari

Retro bir ürün ortaya çikarmak için modasi geçmiş öğeleri işlev ve performans açisindan en yeni veya güncel işlevlerle birleştirmek gerekir. İşletmeler için retro tarzi kullanmak, yerel ve küresel pazarlama iletişimi açisindan oldukça önemlidir. Retro pazarlama ile işletmeler

yerel pazarlama kampanyalari ile geçmişe dönük, yerel özgünlük, tarih ve gelenek unsurlarini vurgular ve bu şekilde küresel iletişimde; markanin özelliklerini, tarihini ve ebedi değerlerini öne çikarirlar. Bu durumda; retro pazarlama, marka değerini iyileştirme ve marka imajini güçlendirme hedeflerine odaklanmaktir (Çevik ve Yorulmazlar, 2021:2094). Yine bu yolla retro markalar, başarisizlik riskini azaltarak yeni bir ürünü tanitmanin nispeten güvenli ve daha az maliyetli bir yolunu da elde etmiş olurlar. Bu yüzden pazarlamacilar başarili eski markalari aliyor, güncelliyor ve tüketici nostaljisinden yararlanma umuduyla onlari yeniden piyasaya sürüyorlar. Ancak Shetty, Raghavendra, Jyothis (2014) markalari canlandirmanin özellikle olumsuz algilari miras aldiklarinda çok riskli ve karmaşik olabileceğini de vurgulamişlardir (Katija, 2017:131).

Grebosz ve Pointet, (2015)'e göre tüketicilerin, güvenlik ve sakinlik duygusuyla bağlantili olarak ek değer sağlayan markalari aramaktadir. Benzer biçimde, Ling Zhou ve ark. (2013) güvensizlik ve sosyal güvensizliğin tüketicilerin nostaljik ürünler tercihini artirdiğini fark etmiştir. Buna ek olarak, Bartier (2012), markaya yönelik nostaljinin gücünü oluşturan üç özelliği açiklamiştir ki bunlar; markanin algilanan eskiliği, tüketicilerin yaşadiği veya öğrendiği geçmiş anilari hatirlamasi ve duygularin ortaya çikarilmasidir. Son olarak, Lemmetti, Tuominen (2017), nostaljik marka çağrişimlarinin ya tüketicinin kişisel ya da toplumsal çağrişimlarindan çikarilabileceğine dikkat çekmiştir (Katija, 2017:131). Franklin (2002), Mitchell(1999) ve Wansink(1997)'in araştirmalari nostalji ve "retro markalama" arasinda güçlü bir bağlanti tespit etmiştir. Böylece 1990'lardan başlayarak, uzun süredir terk edilmiş birçok marka yeniden canlandirilarak yeniden piyasaya sürülmüş, eski markalarin ve onlarin imajlarinin yeniden canlandirilmasi için pazarlama çalişmalari yürütülmüştür. Bu çerçevede Brown ve ark. (2003) eski bir markayi yeniden piyasaya sürmek için dört özel unsur tanimlamişlardir (Merlo ve Perugini, 2015:94; Gökaliler ve Arslan, 2015:246);

Arcadia: Marka nostaljik hatiralari uyandiriyor mu? Lego'nun tarihine ve markayla özdeşleştirilmiş hikayelere ilgi duyanlarin oluşturduğu Brick builders isimli marka topluluğu, ortak ritüelleri ve gelenekleri paylaşmakta ve bu şekilde markayi kavramsallaştirmaktadir.



Brick builders

Aura: Marka geçmişte bulunan bir özgünlük hissini hatirliyor mu? Aura, yani marka özü kavrami, markalar için oldukça büyük önem taşirmaktadir. Teklik ya da eşsizlik anlaminda kullanilan bu kavram, marka kimliğinin önemli bir özelliğidir. Retro pazarlama, güçlü bir

marka kimliği oluşturmanin yaninda, firmalarin rakipleri tarafindan kolaylikla taklit edilmesini de engellemektedir. Chrysler PT, özünde 1940'li yillardaki Amerika kültürünü ve yaşantisini çağriştirmaktadir.



Chrysler PT Cruiser

Antinomi: Marka, geçmişin ve bugünün antitetik sayilabilecek yönlerini birleştiriyor mu? Örneğin; Orijinal Mini Cooper'in kullanimi rahatsiz ve araç güvenliği yüksek olmasa da tüketiciler aracin stilini beğenmektedir. Markanin yeni versiyonu ise rahat, güvenilir ve etkin olmakla birlikte eski stilini korumaktadir.

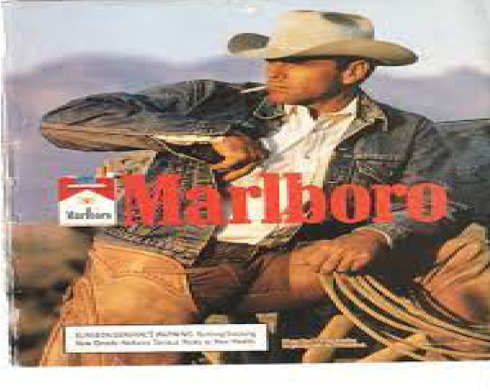


Volkswagen Beetle



Mini Cooper

Allegori: Marka geçmiş değerleri gün işiğina çikarabilecek bir hikaye anlatiyor mu? Örneğin; Mini Cooper, "İtalyan İşi" isimli filmle yildiz rolünü oynayarak popüler hale gelmiş ve hafizalarda yer edinmiştir. Marlboro markasi ise erkeksi, kahraman ve özgür kovboy hikayesini "Magnificent Seven" isimli filmle ve reklam çalişmalariyla güçlendirerek başariyi yakalamiştir.



Malboro Özgür Kovboy



Magnificent Seven - 1960

5. SONUÇ

Tüketicilerin aklinda çoğu zaman belli bir dönem ile ilişkilendirmiş olduğu anilari bulunmaktadir. Kimi zaman bu anilar canlandirilirken kişiler ya da nesneler araciliği ile geçmiş ve yaşanilan dönem arasinda bağ kurulur. Pazarlama dünyasi işte bu noktadan hareketle bir dönemin modasi olan denenmiş ve kabul görmüş ürünleri daha düşük bir maliyet ile tüketicilerine sunmaya çalişirlar. Bu anlamda nostalji olgusunun hakim olduğu bir stratejiyle geçmiş zamanda var olan ancak canli olmayan markalar ya da ürünler bulunmaktadir canlandirilir. Bu pazarlama stratejisinden ülkemizde de uzun zamandan beri yararlanildiği bilinmektedir.

Retro pazarlama ile geçmişteki ürünlerin ya da markalarin tamaminin gündeme gelmesi, belli bir kuşak taninsa dahi mümkün olmayabilir. Tekeoğlu ve Tiğli (2016)'nin çalişmasina göre ürün ve markalarin çoğu kuşaktan kuşağa aktarilmakta ve büyük çoğunluğu genç kuşaklar tarafindan taninmaktadir. Ancak eskilerin canlandirilmasi bazilari haricinde çok fazla kabul görmemektedir. Bu nedenle bir ürün ya da markanin canlandirilmasi yeni dönem ile olan ilişkisinin çok iyi kurulabilmesine, algiladiği teknoloji ile geçmişteki anilarini özdeşleştirebilmesi halinde mümkün olabilecektir.

Retro pazarlama ile ilgili yapilan birçok araştirmanin da ortaya koyduğu gibi tüketicilerin nostaljik eğilimleri arttikça markaya olan sadakati de artmaktadir. Bunun yani sira tüketiciler için retro ürünler, güçlü bir marka mirasi algisina işaret etmektedir (Doğaner ve Çakir, 2018:1212)

KAYNAKÇA

1. Ahlberg O.,Hietanen J. ve Soila T. (2021). The Haunting Specter of Retro Consumption, Marketing Theory, 2021, Vol. 21(2) 157–175.
2. Bravo V.,Moretto A., Cagliano R. Ve Caniato F. (2021). Innovation For Sustainable Development in The Food Industry: Retro And Forward -Looking Innovation Approaches to Improve Quality And Healthiness, Corporate Social Responsibility And Environmental Management, Vol:26, Iss:5, Pp.1049-1062, DOI:10.1002/csr.1785, Sep.2019.
3. Çevik A. ve Yorulmazlar M. (2021). Introducing Retro Products in The Sports Industry With Augmented Reality

Applications, P J M H S Pakistan Journal of Medical and Health Sciences, Vol:15, No:7, JUL 2021, https://doi.org/10.53350/pjmhs211572094.

4. Demir K.,Tansuhaj P., Cote C. Ve Akpinar E. (2017). Value integration effects on evaluations of retro brands, Journal of Business Research, Volume 77, August 2017, Pages 124-130.
5. Doğaner M., Çakir F. (2018). Retro Pazarlama Yaklaşimi Üzerine Literatür Taramasi, 1st International Congress of Political, Economic and Financial Analysis - 2018 (PEFA'18), April 26-28, 2018, Nazilli, Aydin, Turkey.
6. Gökaliler E. ve Arslan Z. (2015). Geçmişle Bağ Kuran Bir Pazarlama Yaklaşimi: Retro Pazarlama Perspektifinden Tüketicilerin Marka Kimliği Ve Marka İmajina Bakiş Açilari Üzerine Bir Araştirma, Global Media Journal TR Edition, 6(11), Fall 2015.
7. Hallegatte D. ve Ertz M. (2018).Blending The Past And Present in A Retro Branded Music Concert: The Impact of Nostalgia Proneness, Journal of Product & Brand Management, 27/5 (2018) 484–497 © Emerald Publishing Limited, ISSN 1061-0421, DOI 10.1108/JPBM-08-2017-1546.
8. Hellagatte D. ve Marticotte F. (2018). Blending The Past And Present in A Retro Branded Music Concert: The Impact of Nostalgia Proneness, Journal of Product & Brand Management, 27/5 (2018) 484–497, ISSN 1061-0421, DOI 10.1108/JPBM-08-2017-1546.
9. Holotova M.,Kadekova Z. ve Kosiciarova I. (2020). Retro Marketing - A Power of Nostalgia Which Works Among The Audience, Communication Today, Vol.11, Iss.2, pp.148-164, November 2020.
10. Katija V. (2017). Retro Brands in the Retailing Enviroment: A Review and Research Propositions, Faculty of Business Economics and Entrepreneurship International Review (2017 No.3-4).
11. Loučanová E. ve Olšiaková M, (2020). Consumers' Perception of Retro-Innovation of Wood Products, Act a Facultatis Xylologiae Zvolen, 62(2): 165−174, Zvolen, Technická univerzitavo Zvolene DOI: 10.17423/afx.2020.62.2.15.
12. Merlo E. Ve Perugini M. (2015). The Revival of Fashion Brands Between Marketing And History The Case of The Italian Fashion Company Pucci, Journal of Historical Research in Marketing, Vol. 7 No. 1, 2015, pp. 91-112, 1755-750X, DOI 10.1108/JHRM-02-2013-0007
13. O'Brien J. (2018). Establishing A Retro-Marketing Rental Company: VW Kamper Case Study, The International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 2018, Vol. 19(2) 125–139, DOI: 10.1177/1465750318761647,
14. Oral M. (2021). Consumers 'Thoughts on Retro Marketing: A Research in Antalya, Mehmet Akif Ersoy University, Journal of Economics and Administrative Sciences Faculty, ISSN: 2149-1658, Cilt: 8 Sayi: 2 s.959-983, Vol.8 Iss.2 pp.959-983, Temmuz 2021 July.
15. Sariçiçek, R. , Çopuroğlu, F. ve Korkmaz, İ . (2017). Brand Identity and Brand Image of Consumers in Retro Marketing Context: A Research on GAUN Academicians. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 16 (2), 345-358. DOI: 10.21547/jss.300703.
16. Scola Z. ve Gordon B. (2019). Exploring Retro Marketing With Sport Marketing Professionals, Sport, Business and Management: an International Journal, Vol. 9 No. 3, 2019, pp. 284-300, © Emerald Publishing Limited 2042-678X, DOI 10.1108/SBM-06-2018-0046
17. Soba M. Ve Tastepe O. (2020). The Effect of Nostalgia Proneness, Brand Image and Brand Trust on Purchase Intention and Brand Loyalty in Retro Marketing Applications, Pacific Business Review International, Vol.12, Iss.11, P.84-91, May. 2020.
18. Şahin E. ve Kaya F. (2019). Retro Pazarlama Kapsaminda Tüketicilerin Retro Marka Eğilimlerinin Retro Marka Farkindaliğina Ve Retro Marka Güvenine Etkisi: Konya İlinde Bir Araştirma, Firat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, The Journal of International Social Sciences, Cilt: 29, Sayi: 1, Sayfa: 227-248, Ocak – 2019.
19. Tekelioğlu N. ve Tiğli M. (2016). Retro Pazarlama Açisindan Halen Varolmayan Eski Markalarin Tüketiciler Tarafindan Animsanmasi ve Taninmasi Üzerine Bir Pilot Çalişma, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Nisan 2016, Sayi:12.
20. Toksari M. ve Aydar A. (2021). Retro Pazarlama Perspektifinden Tadim Kuruyemiş Markasi İle İlgili Reklamin Göstergebilimsel Analiz Yöntemi İle İncelenmesi, Erciyes İletişim Dergisi, Temmuz 2021 Cilt:8, Sayi:2, ss.891-910.

21. Zagata L.,Sutherland L., Hrabak J. ve Lostak M. (2020). Mobilising the Past: Towards a Conceptualisation of Retro-Innovation, Sociologia Ruralis, Vol.60, Iss.3, pp:639-660, DOI: 10.1111/soru.12310, Jul. 2020.
22. https://www.retrowow.co.uk/retro_marketing/retro_marketing.php, Retro marketing, Erişim Tarihi: 16.11.2021
23. https://tr.wikipedia.org/wiki/Nissan_Figaro, Nissan Figaro, Erişim Tarihi: 12.11.2021.
24. Bildiride yer alan resimlerin tamami Google Görseller'den alinmiştir.



5.

Gamification: Bibliometric Analysis of Marketing Literature

OYUNLAŞTIRMA: PAZARLAMA ALANYAZINI BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Dr. Deniz ZEREN*

Gülay GÜLER**

Abstract

Gamification is basically the use of game elements in non-game contexts. Gamification has become a rising trend in many fields such as education, e-commerce and marketing, with the development speed of technology and digital tools becoming an integral part of our lives. The aim of this study is to perform a bibliometric analysis of the publications in the international literature by examining the studies on gamification in the field of marketing between 2011 and 2021. For this purpose, 23,625 studies containing the gamification keyword were identified in the Scopus database using the bibliometrix package of the R program. The number of studies obtained by applying the marketing keyword filter was 4869. At this point, the searched filter was searched in the title, abstract and keywords of the studies obtained from these keywords, and 274 studies obtained from the Scopus database were reached. Finally, 267 studies were included in the analysis by excluding those that were not written in Turkish or English. in addition to these studies, the resources reviewed in the TR Index and the National Thesis Center were examined in order to evaluate the studies made in the national literature. 53 studies on gamification were found in the TR Index. While 4 of these were related to the marketing

***Professor, Çukurova University.**

****Çukurova University.**

field, this number decreased to 3 with the title/summary/keyword filter. There are 90 thesis studies on the subject in the National Thesis Center, when the marketing filter is added, this number is limited to 2 studies. As a result of the bibliometric analysis, the most cited studies on gamification, publishing journals, study types and fields, and scientific mapping such as common word network were included in the study. As a result of the study, it is noteworthy that the number of publications in the field of gamification in the national literature is quite low compared to the international literature.
Keywords: Gamification, Marketing, Bibliometric Analysis

ÖZ

Oyunlaştirma, temelde oyun öğelerinin, oyun dişi bağlamlarda kullanilmasina denir. Teknolojinin gelişme hizi ve dijital araçlarin hayatimizin ayrilmaz bir parçasi haline gelmesiyle eğitim, e-ticaret, pazarlama gibi pek çok alanda oyunlaştirma yükselen bir trend haline gelmiştir. Bu çalişmanin amaci, 2011- 2021 yillari arasinda oyunlaştirma konusunda pazarlama alaninda yapilan çalişmalar incelenerek uluslararasi yazindaki yayinlarin bibliyometrik analizini gerçekleştirmektir. Bu amaçla R programinin bibliometrix paketi kullanilarak Scopus veri tabaninda oyunlaştirma anahtar kelimesini içeren 23.625 çalişma belirlenmiştir. Pazarlama anahtar kelimesi filtresinin uygulanmasiyla elde edilen çalişma sayisi 4869 olarak elde edilmiştir. Bu noktada aranan filtreleyici bu anahtar kelimelerden elde edilen çalişmalarin başlik, özet ve anahtar kelimelerinde aratilarak Scopus veri tabanindan elde edilen 274 çalişmaya ulaşilmiştir. Son olarak bu çalişmalardan Türkçe veya İngilizce dillerinde yazilmamiş olanlarin çikartilmasiyla 267 çalişma analizlere dahil edilmiştir. Bu çalişmalara ek olarak, ulusal yazinda yapilmiş çalişmalarin değerlendirilebilmesi için TR Dizin ve Ulusal Tez Merkezinde taranan kaynaklar incelenmiştir.TR Dizinde oyunlaştirmaya dair 53 çalişmaya rastlanmiştir. Bunlarin 4 tanesi pazarlama alaniyla ilgiliyken, başlik/özet/anahtar kelime filtresiyle bu sayi 3'e düşmüştür. Ulusal Tez Merkezinde konuya dair 90 tez çalişmasi bulunmaktadir, pazarlama filtresi eklendiğinde ise bu sayi 2 çalişma ile sinirli kalmaktadir. Bibliyometrik analiz neticesinde oyunlaştirma konusunda en fazla atif alan çalişmalar, yayin yapan dergiler, çalişma türü ve alanlari ile ortak sözcük aği gibi bilimsel haritalamaya çalişma içerisinde yer verilmiştir. Çalişma sonucunda uluslararasi yazina kiyasla ulusal yazinda oyunlaştirma alaninda yapilan yayin sayisinin oldukça az olduğu dikkat çekmektedir.

Anahtar kelimeler: Oyunlaştirma, Pazarlama, Bibliyometrik Analiz

1. Giriş

Tüm kültürlerde yer alan oyunlar, insan deneyiminin de evrensel bir parçasidir (Ifenthaler, Eseryel, & Ge, 2012). Oyunlar insanliğin başlangicindan beri, dünyanin dört bir yaninda her yaş grubundan insan tarafindan eğlence amaciyla oynanmaktadir. Yaşanan teknolojik gelişmelerle oyunlar bilgisayar, akilli araçlar ve sanal ortamlarda siklikla tüketilmeye başlanmiştir. 2020 yilinda Entertainment Software Association tarafindan yapilan araştirma sonucuna göre Amerika Birleşik Devletleri'nde 214 milyondan fazla bireysel kullanici haftada en az bir saat video oyunu oynamaktadir. Ayrica ABD'deki tüm hanelerin %75'inde video oyun oynayan en

az bir kişi bulunduğu ve ABD'li yetişkinlerin %64'ünün ve 18 yaşin altindaki kullanicilarin ise %70'inin düzenli olarak video oyun oynadiği düşünülmektedir. Turkey Game Market Report (2020)'a göre Türkiye'de toplam 22 milyon bilgisayar oyuncusu, 17 milyon konsol ve 35 milyon bireysel mobil oyuncu bulunmaktadir. Türkiye'deki tüm internet kullanicilarinin %84'ünün en az bir cihazla mobil oyun oynadiği ortaya konmaktadir (GaminginTurkey, 2020). Ayrica, 2020 yilinda Türkiye'de oyun sektörü en fazla yatirim yapilan sektör olmuştur. Bu gelişmelerin akabinde bir oyun şirketi olan Peak Games (GaminginTurkey, 2020) ve Dream Games oyun şirketleri unicorn olmuştur (Diken, 2021).

Oyun sektörünün giderek büyümesi ve oyunlara olan talebin artmasi, oyun felsefesini oyun dişi bağlamlarda kullanma fikrini geliştirmiş ve özellikle dijital platformlarda e-ticaretten, eğitime birçok alanda kullanim alani yaratmiştir. Oyunlaştirma kavrami, oyun kelimesinden türetilmiş, oyuna dair kapsayici ve duygusal nitelikleri diğer işlerde kullanma olarak düşünülebilir. Daha çok oyun dişi bağlamlarin oyun öğeleriyle kullanimi sonrasinda oyun benzeri bir tüketici deneyimi yaratmayi amaçlamaktadir (Huotari & Hamari, 2017; Deterding, Dixon, Khaled, & Nacke, 2011). Son yillarda çevrimiçi oyunlarin ve sosyal yazilimlarin e-ticarete uygulanmasiyla ilerleme kaydetmesi, kullanici deneyimine hitap eden ve oyunlaştirma yoluyla aktif katilim yaratan yeni bir trend oluşmasini sağlamiştir (Rodrigues, Oliveira, & Costa, 2016). Oyunlaştirma, oyun tasarim öğeleri araciliğiyla bireysel motivleri etkinleştirerek kullanici davranişini etkilemeye çalişan ikna edici bir teknolojidir (Petkov, Köbler, Foth, Medland, & Krcmar, 2011). En basit şekilde oyunlaştirmayi 'oyun tasarim öğelerinin oyun dişi bağlamlarda kullanilmasidir' şeklinde tanimlayabiliriz (Deterding, Dixon, Khaled, & Nacke, 2011). Oyunlaştirma, oyunlarin motivasyon potansiyelinin oyun dişi ortamlara aktarilabileceği fikrinden yola çikmaktadir ve bu bağlamda diğer tür uygulamalari geliştirmek amaciyla oyunlarda yaygin olarak bulunan öğeleri kullanmaktadir (Groening & Binnewies, 2019). Oyunlaştirma kavrami, kullanici memnuniyetini artirirken üretkenliği de arttirmayi vaat etmektedir (Stieglitz, 2015). Bu açidan, e-işletmelerin, çevrimiçi içeriklerini yerleşik ödül mekanizmalariyla konumlandirabilecekleri bir eğlence platformu sağlamak için oyun tekniklerine giderek daha fazla yöneldiği öne sürülmektedir (Insley & Nunan, 2014).

Dijital pazarlama da oyunlaştirmadan yararlanilan mecralar arasindadir. Bu durum temelde oyunlaştirilmiş içeriklerin, deneyime değer veren tüketicilere pek alişkin olmadiklari bir etkileşim biçimi sağlayarak etkileşimi arttirmasindan kaynaklanmaktadir (Kumar & Kumar, 2019). Bazi pazarlamacilar, oyunlaştirmanin geleneksel pazarlama araçlari için yeni bir yöntem veya müşterilere deneyim sunmanin yeni bir yolu olduğunu belirtmektedir (Hsu & Chen, 2018). Pazarlama da doğasi gereği belirli bir derecede ikna, motivasyon ve manipülasyon içermesi sebebiyle oyunlaştirmaya, pazarlama alaninda kendisine önemli yer bulmaktadir (Zichermann & Linder, 2010). Bazi araştirmacilar ise oyunlaştirmayi bir hizmetin sahip olduğu değeri iyileştirmenin geçerli bir yolu olarak görmektedir (Hsu & Chen, 2018). Nitekim oyunlaştirma, pazarlamacilarin dikkatini çekmesiyle birlikte son yillarda oldukça etkili bir pazarlama araci haline gelmiştir (Yang, Asaad, & Dwivedi, 2017). 2015'te dünyanin en büyük 1000 şirketinin %40'inin iş süreçlerini dönüştürmek için bir yaklaşim olarak oyunlaştirmayi kullanmasi

bekleniyordu (Blohm & Leimeister, 2013). 2020 yiliyla birlikte küresel oyunlaştirma pazari büyümüş ve 9,1 milyar dolar olmuştur, 2025›te ise bu sayinin 30,7 milyar dolara kadar çikmasi beklenmektedir (MarketsandMarketsAnalysis, 2021). Oyunlaştirma günümüzde farkli iş alanlarinda uygulanmaktadir. Örneğin, daha fazla müşteri katilimi ve bağliliği elde etmek ve satişlari artirmak için pazarlamada kullanilan en etkili araçlardan olduğu savunulmaktadir (Hamari J. , 2017). Pepsi, Nike, Samsung, Recyclebank, eBay, Facebook, Twitter ve Foursquare gibi taninan markalar, kullanicilari ile daha fazla etkileşim kurmak amaciyla oyun öğelerinden siklikla yararlanmaktadir (Insley & Nunan, 2014). Pazarlama ve ticaretin yani sira davraniş değişikliklerini teşvik etmek için eğitim gibi bazi sektörlerde (Christy & Fox, 2014) ve e-bankacilikta oyunlaştirma kendine uygulama alani bulmuştur (Rodrigues, Oliveira, & Costa, 2016). Noorbehbahani, Salehi, & Zadeh (2019) yaptiklari bir çalişmada dijital pazarlamanin oyunlaştirmada kullanilmasinin faydalarindan bahsetmişlerdir bunlar; reklama karşi artan psikolojik tepki, marka hatirlanabilirliğinin artmasi, marka farkindaliğinin ve markaya yönelik olumlu tutumun genişletilmesi, müşteri deneyiminin iyileştirilmesi, mobil pazarlamanin etkisinin arttirilmasi, rekabet avantaji yaratilmasi, web sitesi ile etkileşimin arttirilmasi, etkileşimli marka tasarimina olanak sağlanmasi ve pazarlama faaliyetlerine müşteri katilimini teşvik etmek şeklindedir.

Dijital pazarlamadaki ivedi gelişim pazarlama alan yazininda da yakindan takip edilmekte, bu alanda ön plana çikan yeni kavramlar ilgi görmektedir. Bu nedenle son yillarda dijital pazarlama alaninda oyunlaştirma kavramini ele alan çalişmalar ilgi görmektedir. Bu bağlamda bu çalişmanin amaci, oyunlaştirma alaninda yapilmiş ulusal ve uluslararasi çalişmalari pazarlama bağlaminda inceleyerek, gelecekteki çalişmalara şimdiye kadar yapilan çalişmalarla ilgili toplu bir bakiş açisi yaratmaktir. Bu amaçla öncelikle pazarlama alaninda oyunlaştirma ile ilgili uluslararasi yazindan Scopus veritabani ulusal alanda ise TR Dizin ve Ulusal Tez Merkezi esas alinarak bibliyometrik bir çalişma gerçekleştirilmiştir.

Yöntem

Bibliyometri, nicel yöntemler kullanarak bibliyografik materyali inceleyen bir kütüphane ve bilgi bilimleri araştirma alanidir (Pritchard, 1969 ; Broadus, 1987). Bir bibliyometrik analiz, kartezyen bir düzlemde, literatüre dair genel bir bakiş sunmaktadir, ayrica belirli bir konudaki baskin temalari göstermektedir (Marti´nez ve ark., 2013). Literatür incelemeleri, potansiyel araştirma boşluklarini belirlemek ve bilginin sinirlarini vurgulamak için literatürü haritalamayi ve değerlendirmeyi amaçlamaktadir (Tranfield, Denyer, & Smart, 2003). Bu harita araştirmacilarin, bilimsel bir alani izlemesine, araştirma konularini sinirlandirmasina ve bir konunun entelektüel, sosyal, kavramsal ve bilişsel yapisini ortaya koymasina olanak tanimaktadir (Cobo ve ark., 2012; Cobo ve ark., 2011). Yapilandirilmiş literatür incelemeleri tipik olarak uygun arama anahtar sözcüklerinin tanimlanmasi ile başlamaktadir ardindan literatürün taranmasi ve analizin tamamlanmasindan oluşan yinelemeli bir döngü araciliğiyla gerçekleştirilmektedir (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2009). Özetle, bibliyometrik analiz araştirmaciya ilgili alana ait objektif bir bakiş açisi sağlamaktadir. Hangi konularin çalişilmiş olduğunu hangilerine odaklanildiğini (Zupic & Cater, 2015), ayrica hangi anahtar kelimelerin

çalişma konusu çerçevesinde kullanildiğini, çalişmalara yapilan atif sayilarini vb. birçok istatistiki bilgiyi araştirmacilara sağlamaktadir (Bozkurt & Çetin, 2016). Oyunlaştirmaya dair Scopus veri tabaninda oldukça az sayida bibliyometrik çalişma bulunmaktadir. Trinidad, Ruiz ve Calderon'un 2021 yilinda oyunlaştirmaya dair çalişmalari kapsayan araştirmalarinin yani sira eğitim ve oyunlaştirmayi kapsayan (López-Belmonte ve ark., 2020; Schöbela, Saqr, & Janson, 2021) bazi çalişmalar yapilmiştir. Ulusal yazinda ise oyunlaştirma bibliyometrik analizi, sosyal bilimler alaninda yazilan tezleri inceleyen bir çalişma ile gerçekleştirilmiştir (Köse & Cilingir, 2019).

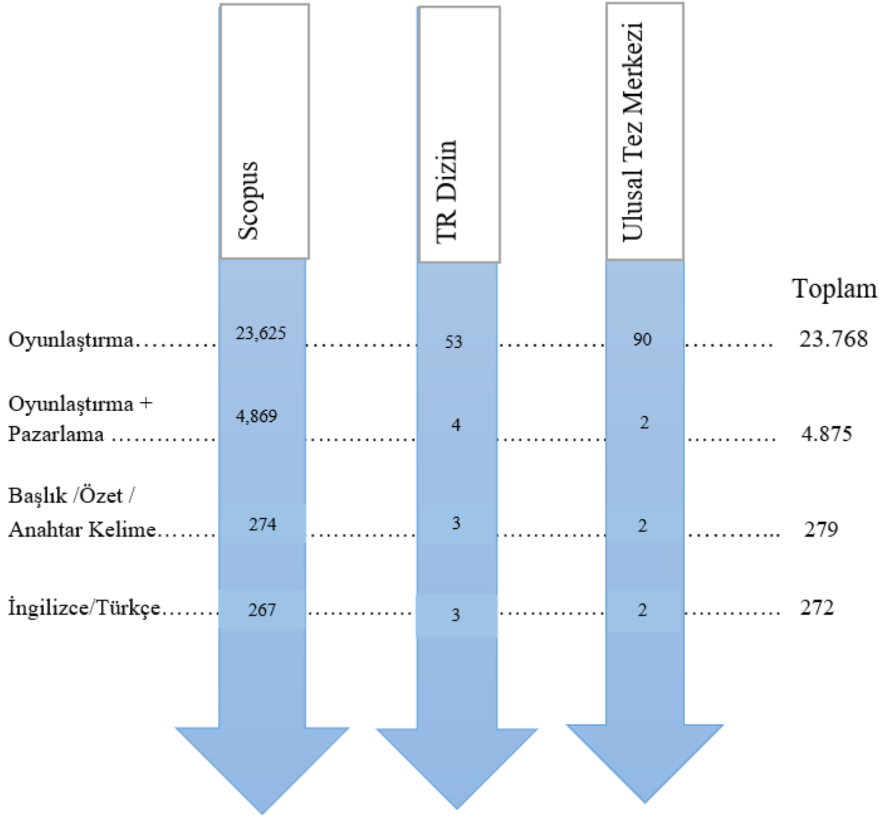
Araştirma sorulari araştirmacinin araştirma konusu hakkinda fikir edinmesine yardimci olur, ayni zamanda kapsamli bir analizi de kolaylaştirir. Bu sorular araştirma metodolojisine yön vermektedir, ayrica araştirma için bir yol haritasi sunmaktadir. Bu çalişmada pazarlama alan yazinindaki oyunlaştirma çalişmalari pazarlama bağlaminda nitel bir araştirma yöntemi olan bibliyometrik analiz ile incelenmiştir. Çalişmanin araştirma sorulari şu şekilde siralanabilmektedir:

Oyunlaştirma literatüründe pazarlama alaninin kapsamina giren araştirmalarda;

- ❖ Yillara göre çalişma sayilarindaki değişim nedir?
- ❖ Uluslararasi yazinda en çok atif alarak literatüre katki sağlayan çalişmalar hangileridir?
- ❖ Yapilan araştirmalar hangi alanlarda, türde gerçekleştirildi?
- ❖ Hangi dergilerde, ülkelerde yayinlandi, ülkeler arasi iş birliği var mi?
- ❖ Başlik, anahtar kelime ve özetlerde en sik kullanilan kelimeler nelerdir? Yillara göre bu kelimelerin değişim trendi nedir?
- ❖ Çalişmalardaki ortak sözcük ve ortak atif ağlari nelerdir?

Oyunlaştirma kavraminin yayginlaşmasi ve akademik araştirmalara yansimasi 2011 yili itibariyle başladiği görüldüğü için yapilan bibliyometrik analizin başlangiç tarihi 2011 olarak belirlenmiştir (Noorbehbahani, Salehi, & Zadeh, 2019). Çalişmada 2011 – 1 Ağustos 2021 tarihleri arasinda Scopus veri tabaninda "oyunlaştirma" ve "pazarlama" ile ilgili çalişmalarin bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Filtreleme sürecinde ilk olarak Scopus, TR Dizin ve Ulusal Tez Merkezi veri tabanlarindan oyunlaştirma ile ilgili çalişmalar süzülmüştür, sonrasinda ise bu çalişmalardan pazarlama ile ilgili olanlar belirlenmiştir. Yapilan ilk taramada oyunlaştirma kavraminin içinde geçtiği 23625 çalişmaya ulaşilmiştir. Bu çalişmalar pazarlama alan yazini için yeniden tarandiğinda 4869 çalişmaya ulaşilmiştir. 4.869 çalişma anahtar kelime, özet ve başliklarinda "oyunlaştirma/gamification" ve "pazarlama/marketing" kelimelerinin varlik durumuna göre tekrar süzülmüş ve 274 makale elde edilmiştir. Çalişma dili Türkçe ve İngilizce olarak belirlendiği için son aşamada çalişilabilir 267 makale değerlendirilmek üzere elde edilmiştir. Scopus veri tabaninda tüm filtreleme aşamalarindan sonra geriye kalan çalişmalardan elde edilen veriler R programina aktarilmiştir. R programinin "bibliometrix" paketi bibliyometrik analizin gerçekleştirilmesinde kullanilmiştir. R programi ile bilimsel haritalama yapilabilmektedir, daha geniş bir ifadeyle belirlenen konu ile ilgili gelişmelerin görülebilmesi ve mevcut duruma dair kapsamli analizlerin gerçekleştirebilmesine

olanak sağlamaktadir (Aria & Cuccurullo, 2017). Şekil 1 filtreleme sürecini görsel olarak özetlemektedir. Ayrica TR Dizin ve Ulusal Tez Merkezi'nde "oyunlaştirma" ve "pazarlama" ile filtrelenmiştir. Filtreleme sonrasi çalişmalarin toplam sayisi 5 olduğundan, bu çalişmalar R Studio ile analiz edilememiş, araştirmacilar tarafindan araştirma amaçlariyla uyumlu olarak değerlendirilmiştir.



Şekil 1. Filtreleme sürecinin adimlari

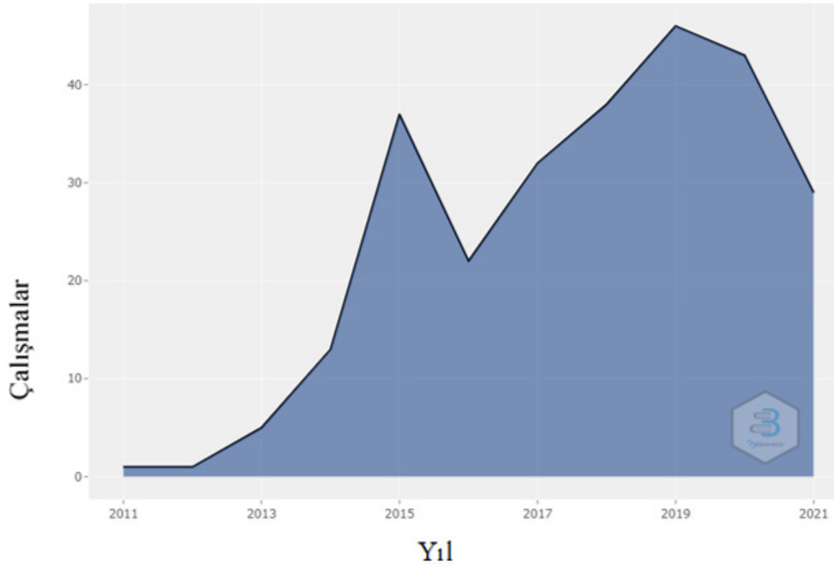
Bulgular

Bir önceki bölümde anlatildiği şekliyle analize geçildiğinde oyunlaştirma anahtar kelimesi başlik, özet veya anahtar kelimelerde yer alan çalişmaya 2011 yilinda rastlanmiştir. Bu nedenle çalişma 2011- 2021 yillari araliğinda gerçekleştirilmiştir. Bulgulara ait detaylar aşağida yer almaktadir.

Scopus'ta Yillara Göre Makale Sayilarinin Değişimi

2011-2021 yillari arasindaki çalişma sayilari incelendiğinde en fazla çalişma yapilan yilin 2019 yili olduğu görülmektedir. Toplamda 46 çalişma yapilan 2019 yilini 43 çalişmayla 2020 yili izlemektedir. Grafikteki ilk önemli pik noktasi 2015 yilinda 37 çalişma ile gerçekleşmiştir. Sonraki yil olan 2016 (22) yilinda grafikte düşüş gözlemlense de izleyen yillarda bu durum

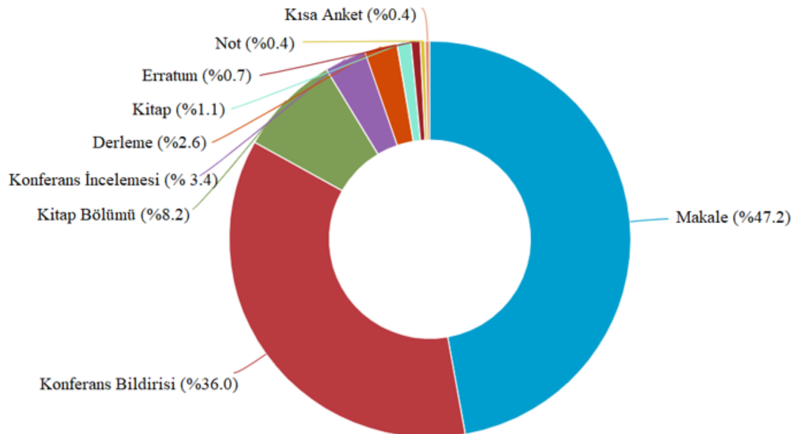
yerini yükseliş trendine birakmiştir. Oyunlaştirma literatürünün ilk yillarinda ise (2011-2012) birer çalişma yapilmiştir. Grafik genelinde azaliş ve artişlar görülse de genel trend literatürde ilgilinin arttiği yönündedir.



Şekil 2. Yillara göre çalişma sayilarinin dağilimi

Scopus'ta Çalişmalarin Türlerine Göre Dağilimlari

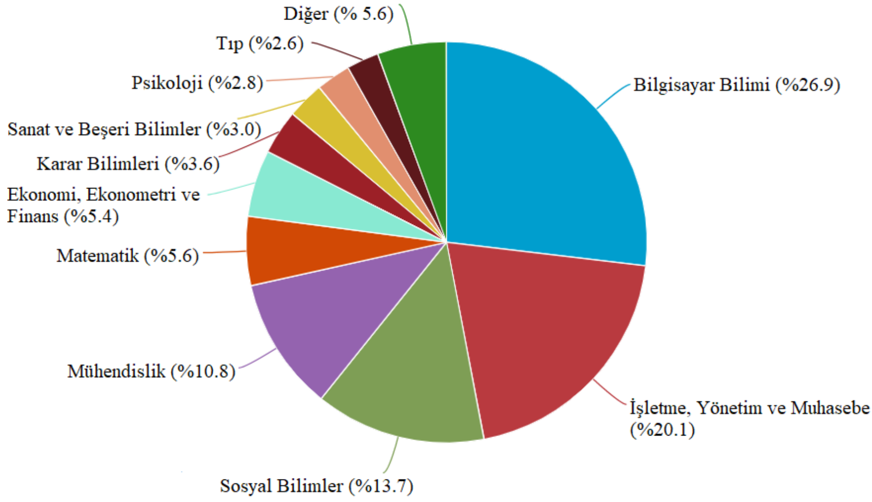
2011-2021 yillari arasinda gerçekleştirilen bibliyometrik analiz sonucunda en fazla çalişma yapilan yayin türü makale (126) ve konferans bildirisi (96) olarak belirlenmiştir. Bunlara ek olarak 22 kitap bölümü, 9 konferans incelemesi ve 7 derleme çalişmasi bulunmaktadir. Çalişmalarin yüzdelik dağilimi Şekil 3 te gösterilmiştir.



Şekil 3. Çalişmalarin türlerine göre dağilimi

Scopus'ta Çalişmalarin Alanlarina Göre Dağilimlari

Araştirmanin gerçekleştirildiği 2011-2021 yillari arasinda konuya dair yapilan çalişmalarin, çalişma alanlarina göre dağilimini incelediğimizde 135 yayin ile en fazla çalişmanin Bilgisayar Bilimi alanindan yapilmiş olduğunu görmekteyiz. Bu sayiyi 101 çalişma ile İşletme, Yönetim ve Muhasebe kategorisi izlerken, 69 çalişma ile Sosyal Bilimler üçüncü sirada yer almaktadir. Oyunlaştirma literatürünün çalişma alanlarina göre dağilimini değerlendirdiğimizde bilgisayar bilimi, matematik, tip gibi alanlarin yani sira sosyal bilimler, psikoloji, sanat ve beşeri bilimlere kadar geniş bir skala içerisinde kendine çalişma alani bulmuş olduğu görülmektedir.



Şekil 4. Çalişmalarin alanlarina göre dağilimi

Scopus'ta En Çok Atif Alan Çalişmalar

Tablo 1 en çok atif alan çalişmalari, bu çalişmalarin atif sayilarini ve yillik ortalama atif sayilarini göstermektedir. Tabloya toplam atif sayilarina göre ilk 10'da bulunan çalişmalar alinmiştir. Yayinlanan çalişmalardan en fazla atif sayisina sahip olan çalişmanin 625 atifi bulunmaktadir. Çalişma oyunlaştirma literatürünün en üst seviyeye ulaştiği 2015 yilinda (bkz. Şekil 2) yayinlanmiştir.

Tablo 1. En çok atif alan çalişmalar, atif sayilari ve yillik ortalama atif sayilari

Makale Adi	Yil	Yazar(lar)	Dergi Adi	Toplam Atif	Yillik Ortalama Atif Sayisi
Gamification in Education: A Systematic Mapping Study	2015	Dicheva D., Dichev C., Agre G., Angelova G.	Educational Technology & Society	625	89,286
Defining gamification: a service marketing perspective	2012	Huotari K., Hamari J.	MindTrek '12: Proceeding of the 16th International Academic MindTrek Conference	592	59,2
Transforming homo economicus into homo ludens: A field experiment on gamification in a utilitarian peer-to-peer trading service	2013	Hamari J.	Electronic Commerce Research and Applications	386	42,889
A definition for gamification: anchoring gamification in the service marketing literature	2017	Huotari K., Hamari J.	Electron Markets	261	52,2
A systematic review of gamification in e-Health	2017	Sardi L., Idri A., Fernández-Alemán J.L.	Journal of Biomedical Informatics	218	43,6
Studying Gamification: The Effect of Rewards and Incentives on Motivation	2015	Richter G., Raban D.R., Rafaeli S.	Gamification in Education and Business	162	23,143
Gamification and Mobile Marketing Effectiveness	2016	Hofacker C.F., Ruyter K., Lurie N.H., Manchanda P., Donaldson J.	Journal of Interactive Marketing	150	25
Serious games and the gamification of tourism	2017	Xu F., Buhalis D., Weber J.	Tourism Management	123	24,6
Examining the impact of gamification on intention of engagement and brand attitude in the marketing context	2017	Yanga Y., Asaad Y., Dwivedi Y.	Computers in Human Behavior	112	22,4
Framework for Designing and Evaluating Game Achievements	2011	Hamari J., Veikko E.	DIGRA '11 - Proceedings of The 2011 DIGRA International Conference: Think Design Play	107	9,727

Scopus'ta En Fazla Çalişma Yapan Ülkeler

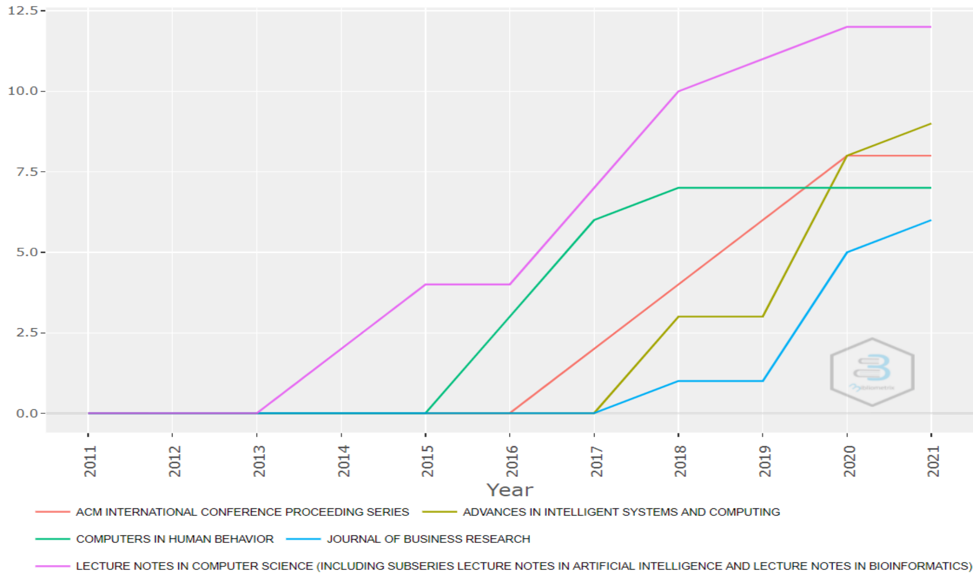
Tablo 2 çalişma yapan yazarlarin ülkelere göre dağilimini ve ülkelerin bilimsel üretimlerine göre olan siralamayi göstermektedir. En fazla çalişma yapan yazarlarin ülkeleri ABD, Çin ve Avustralya olmuştur. Ülkelerin bilimsel üretkenliğine dair yapilan analiz sonuçlarina göre ise ilk üç sira değişmezken, dördüncü sirada Almanya yer almiştir.

Tablo 2. En fazla çalişma yapan ve bilimsel üretimlerine göre ülkeler

En Fazla Çalişma Yapan Ülkeler			Bilimsel Üretimlerine Göre Ülkeler	
Ülke	Çalişmalar	Frekans	Ülke	Frekans
ABD	20	0,12739	ABD	72
Çin	18	0,11465	Çin	59
Avustralya	16	0,10191	Avustralya	51
Kanada	9	0,05732	Almanya	49
Birleşik Krallik	9	0,05732	Portekiz	49
Finlandiya	8	0,05096	Birleşik Krallik	41
Almanya	7	0,04459	İspanya	38
Kore	7	0,04459	Finlandiya	33
Portekiz	5	0,03185	İsveç	22
İsveç	5	0,03185	Avusturya	19
Avusturya	4	0,02548	Hindistan	18
Yunanistan	4	0,02548	Japonya	17
Polonya	4	0,02548	Endonezya	16
Japonya	3	0,01911	Malezya	16
Singapur	3	0,01911	Yunanistan	15
İspanya	3	0,01911	G.Kore	14
İran	2	0,01274	Kanada	13
İsrail	2	0,01274	İran	11
Ürdün	2	0,01274	Polonya	11
Lübnan	2	0,01274	Litvanya	10

Scopus'ta Kaynak Dinamikleri

Kaynaklarin genel olarak 2014 yili sonrasi grafiğe girdiği ve büyüme trendi gösterdiği söylenebilmektedir. 2021 yili itibariyle öne çikan dergi Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence And Lecture Notes in Bioinformatics) olmuştur. Dergide toplam 12 çalişma bulunmaktadir. Grafikteki en düşük yayin sayisina sahip olan Journal of Business Research dergisinin konu ile ilgili 6 çalişmasi bulunmaktadir. Kümülatif olarak oluşturulan kaynak dinamiklerinin değişimi Şekil 5'te gösterilmiştir.



Şekil 5. Kaynak Dinamikleri (kümülatif)

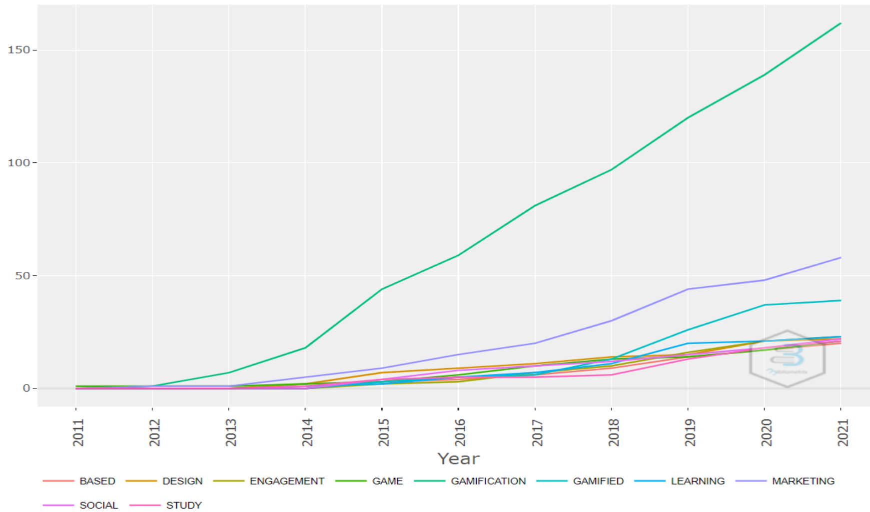
Scopus'ta Başlik, Özet ve Anahtar Kelimelerde En Sik Kullanilan Kelimeler

Tablo 3 çalişmalarin başliklarinda ve anahtar kelimelerinde kullanilan en sik kelimeleri listelemektedir. Başliklarda en sik kullanilan ifade "gamification" yani "oyunlaştirma" olmuştur. Toplamda 162 kez kullanilmiş olan ifadeyi "marketing" (58) ve "gamified" (39) kelimeleri takip etmektedir. Kelimelerin yillar içerisindeki artiş ve azaliş durumu değerlendirildiğinde ise "gamification" kelimesinin yillar içerisinde kullaniminin hizla arttiği görülmektedir. "Marketing" kelimesi literatüre 2012 yilinda 1 çalişmayla girmiştir ve 2021 yilina kadar büyüme trendini devam ettirmiştir. 2011 yilinda literatüre giren oyunlaştirma hizli bir şekilde pazarlamacilarin ilgisini çekmiş ve daha fazla çalişmada kendine yer edinmiştir. Çalişmalarda en sik kullanilan anahtar kelime sonuçlarina göre, en sik kullanilan kelime 172 kez kullanim ile "gamification"dir. Ayrica "marketing" (20 kez) ikinci en sik kullanima sahip olurken, üçüncü siradaki "serious games" 18 kez kullanilmiştir.

Tablo 3. Başlik ve anahtar kelimelerde en sik kullanilan kelimeler

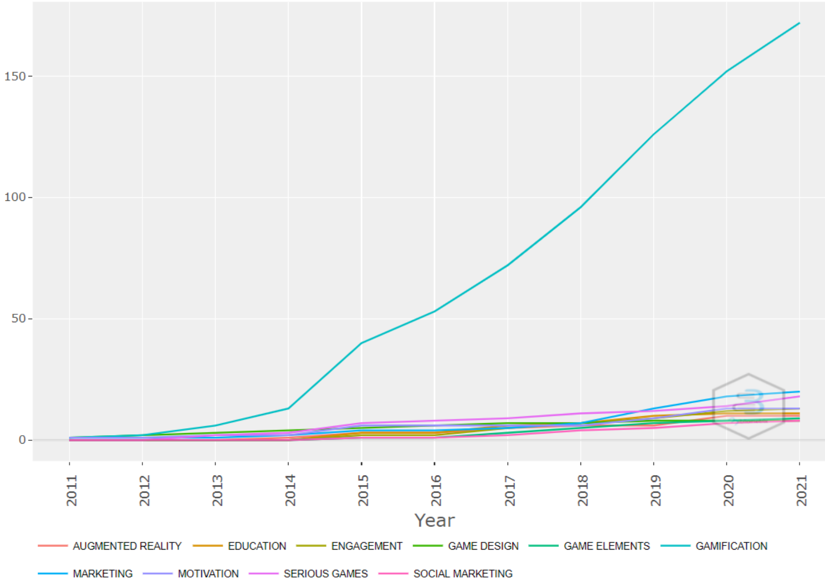
Kullanim Sikliklarina Göre Başliktaki Kelimeler	Sayi	Kullanim Sikliklarina Göre Anahtar Kelimeler	Sayi
gamification	162	Gamification	172
marketing	58	Marketing	20
gamified	39	serious games	18
engagement	23	Engagement	13

Learning	23	Motivation	13
Design	22	Education	11
Social	22	augmented reality	10
Game	21	game elements	9
Study	21	game design	8
Based	20	social marketing	8
Brand	15	social media	7
framework	15	Technology	7
Mobile	14	sustainability	6
Analysis	13	game-based learning	5
elements	13	game mechanics	5
User	13	Learning	5
experience	12	service marketing	5
research	12	brand attitude	4
Role	12	brand loyalty	4
Tourism	12	crowdsourcing	4



Şekil 6. Başliklarda kullanilan kelimelerin artiş azaliş grafiği

Şekil 7'de anahtar kelimelerin yillar içerisindeki artiş ve azaliş durumlari görülmektedir. Başliklarin aksine "marketing" anahtar kelimeler içerisinde 2011 yilindan itibaren kullanilmiştir. "Motivation" yine oyunlaştirma çalişmalarinin ilk yillarindan itibaren kendine kullanim alani bulan az sayidaki anahtar kelimelerden biridir. Grafikteki tüm kelimelerin kullanim sayilari zaman içerisinde artmasiyla birlikte,



"gamification" en hizli büyüyen ifade olmuştur.

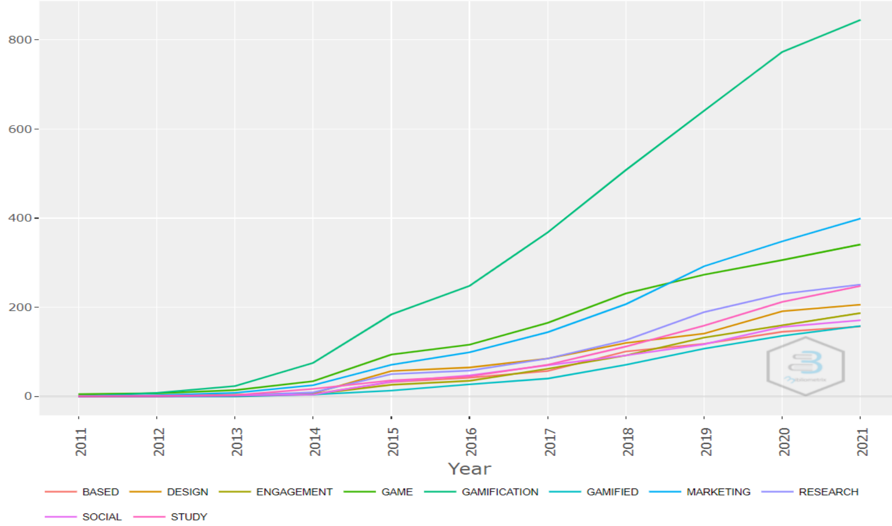
Şekil 7. Anahtar kelimelerin azaliş ve artişi

Çalişmalarin özet kisimlarinda kullanilmiş en sik kelimelere göre hazirlanan kelime bulutu Şekil 8 de gösterilmiştir. R programinin "bibliometrix" paketinin sağladiği kelime bulutu özelliğinde, kelimelerin büyüklüğünün artmasi, kelimenin kullanim sikliğinin arttiğini, azalmasi ise kullanim sikliğinin azaldiğini ifade etmektedir. Sonuçlara göre en sik kullanilan kelimeler "gamification" (845), "marketing" (399), "game" (341), "research" (251) olmuştur.



Şekil 8. Özet kisimlarinda kullanilan en sik kelimeler

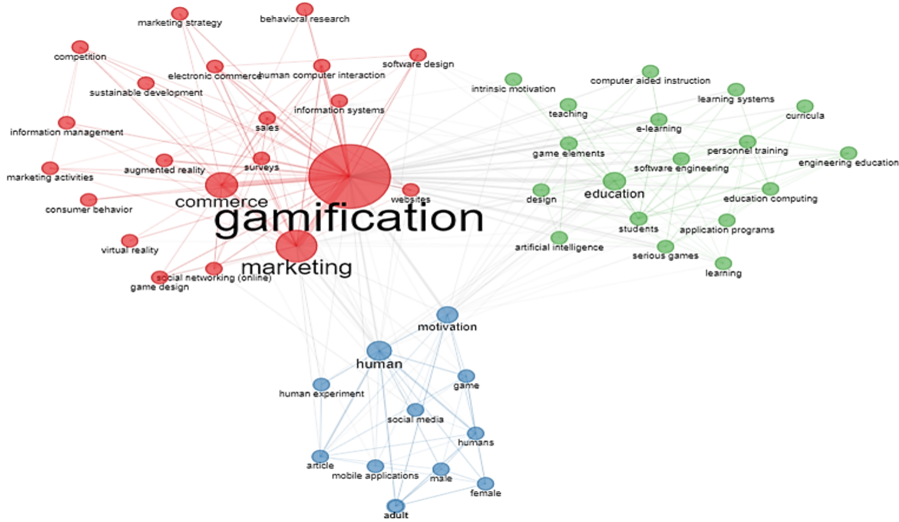
Şekil 9 bibliyometrik analizi gerçekleştirilen çalişmalarin özet kisimlarinda en sik kullanilan kelimelerin büyüme grafiğini göstermektedir. Gamification kelimesi en fazla kullanima sahip olan ifadedir, buna ek olarak grafikte marketing en hizli büyünen ikinci ifade olarak dikkat çekmektedir.



Şekil 9. Özet kisminda kullanilan en sik kelimelerin yillara göre artiş ve azalişi

Scopus Çalişmalardaki Ortak Sözcük ve Ortak Atif Ağlari

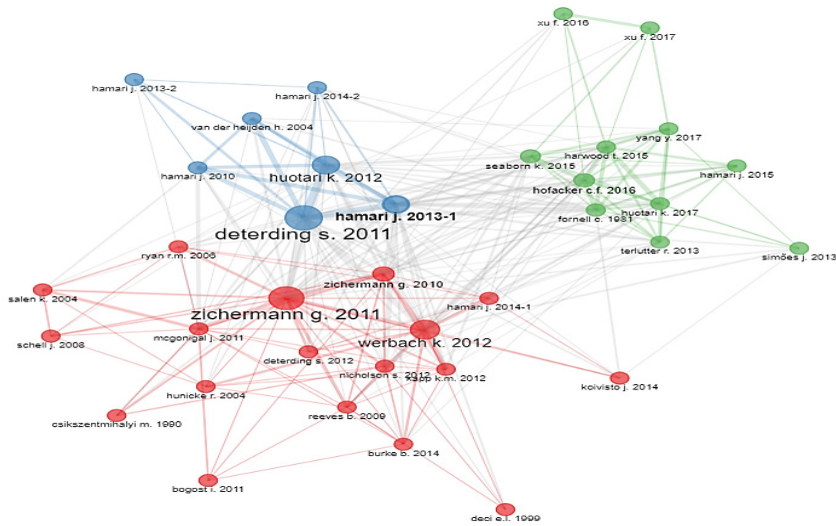
Ortak sözcük analizinin amaci kavramsal bir çerçeve çizmektir. Bir bibliyografik koleksiyondaki ifadeleri (anahtar sözcük, başlik, özet) eşleyerek ve kümeleyerek, bir sözcük oluşum aği kullanilmaktadir (Aria & Cuccurullo, 2017). Çalişmanin bu kisminda genişletilmiş anahtar kelimeler (Keywords Plus) kullanilmiştir. Otomatik bir bilgisayar algoritmasi tarafindan üretilen genişletilmiş anahtar sözcükler, bir makalenin referanslarinin başliklarinda siklikla görünen ve asil makalenin başliğinda veya yazarin belirlemiş olduğu anahtar kelimelerde bulunmayan kelimeleri veya kelime öbeklerini içermektedir (Garfield E. , 1990).



Şekil 10. Anahtar Kelime Genişletilmiş (Co-occurrence Network)

Garfield (1990), genişletilmiş anahtar kelimelerin bir makalenin içeriğine daha fazla derinlik ve çeşitlilik katabileceğini iddia etmiştir. Şekil 10 da genişletilmiş anahtar kelimelerle oluşturulmuş sözcük aği bulunmaktadir. Şekle göre "gamification", "human", "marketing", "motivation", "commerce", "education" ifadeleri yapilan çalişmalardaki genişletilmiş anahtar kelime gruplarinda en çok etkileşim alan ifadelerdir. Şekil üzerinde kelime ve kelimenin ait olduğu dairenin büyümesi artiş, küçülmesi ise azaliş anlamindadir. Ayni zamanda daireleri birbirine bağlayan çizgilerin de kalinlaşmasi/koyulaşmasi ilişkinin gücünün arttiğinin bir göstergesidir.

Şekil 11 ise ortak atif ağini göstermektedir. Bu durum, iki makalenin birlikte alintilanmasi ve her ikisinin de üçüncü bir makale tarafindan atifta bulunulduğu zaman gerçekleşmektedir. Bu nedenle, ortak alinti, bibliyografik birleştirmenin bir karşiliğidir (Aria & Cuccurullo, 2017). 2011-2021 yillari arasinda oyunlaştirma konusunda yapilan çalişmalarda "Deterding s. 2011", "Zichermann g. 2011", "Huotari k. 2012", "Hamari j. 2013-1" ve "Mcgonigal j. 2011" en fazla ortak atif ağina sahip olmuşlardir.

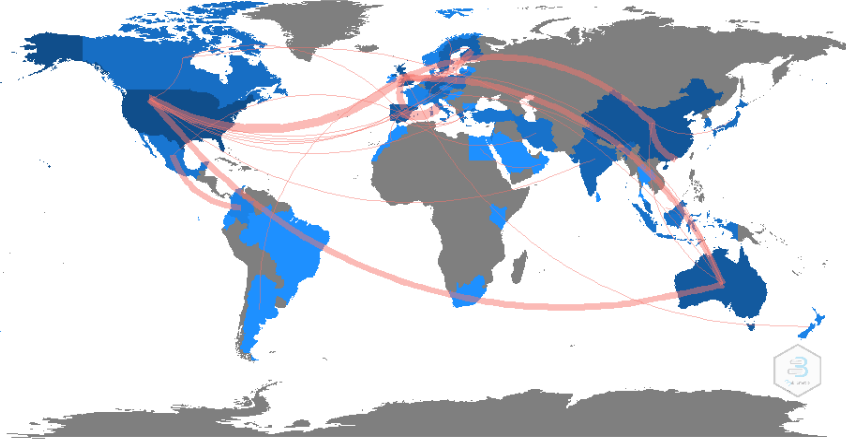


Şekil 11. Ortak atif aği (Co-citation Network, papers)

Yapilan iş birlikleri ise Tablo 4' te ve Şekil 12'de gösterilmektedir. Yapilan iş birlikleri en fazla 3 tanedir. En fazla iş birliğinde bulunan ülkeler İspanya-İtalya ve ABD-Birleşik Krallik olmuştur.

Tablo 4. İş birliğinde bulunan ülkeler

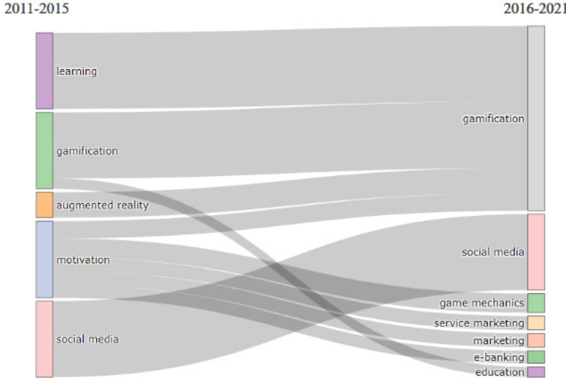
İşbirlikçi Ülke	Diğer İşbirlikçi Ülke	Frekans
İspanya	İtalya	3
ABD	Birleşik Krallik	3
Avustralya	Birleşik Krallik	2
Çin	Hong Kong	2
Çin	Birleşik Krallik	2
Meksika	Kolombiya	2
Birleşik Krallik	Finlandiya	2
Birleşik Krallik	Fransa	2
ABD	Avustralya	2



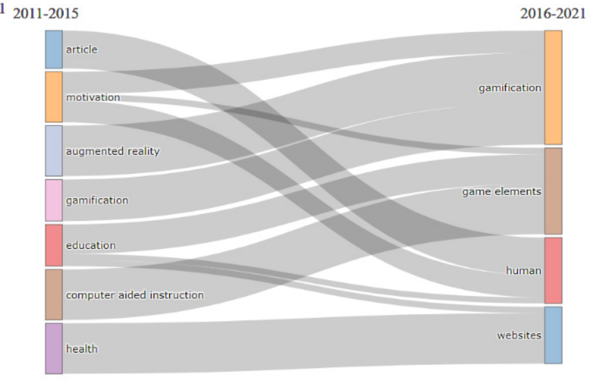
Şekil 12. Ülkelerin iş birliği haritasi

Tematik Evrim

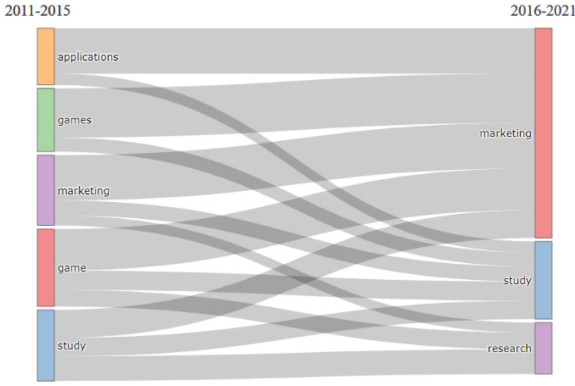
Tematik evrim haritasi, kavramsal, entelektüel ve sosyal yapidaki değişiklikleri de içeren, mevcut bibliyografik bilgilere ve ana bibliyometrik göstergelere dayali olarak oluşturulan bir siniflandirmadir (Cobo M.-J. , López-Herrera, Herrera-Viedma, & Herrera, 2012).Tematik alanlar ikili bir grafik olarak düşünülebilir. İki parçali bir grafik, köşeleri iki kümeye (U ve V) bölünebilen ve bir kenarlarinda yalnizca U kümesindeki öğeleri, diğer kenarinda bulunan V kümesinin öğelerine bağlayabilen bir grafiktir. Bu yaklaşim, kavramsal alt alanlari (belirli temalar veya genel tematik alanlar) tespit etmek amaciyla performans analizini ve bilim haritalamasini birleştirmektedir. Ayrica araştirma alaninin tematik evrimini nicelleştirmemize ve görselleştirmemize olanak tanir (Cobo M. , López-Herrera, Herrera-Viedma, & Herrera, 2011). Tematik analiz bize araştirma konularini, önemli ifadeleri ve bunlar arasindaki ilişkileri sağlayabilir (Makkizadeh & Saadat, 2017). Şekil 13a-b-c-d R Studio Bibliometrix paketi kullanilarak hazirlanan tematik evrimi göstermektedir. Tematik evrim için seçilen ilk zaman araliği literatürün başlangici olan 2011 yili ile çalişma sayilarinda ilk büyük tepe noktasina ulaştiğinin gözlemlendiği 2015 yili olarak belirlenmiştir. Diğer parça ise 2016 yilindan 2021 (1 Ağustos) yilina kadar olan çalişmalari kapsamaktadir.



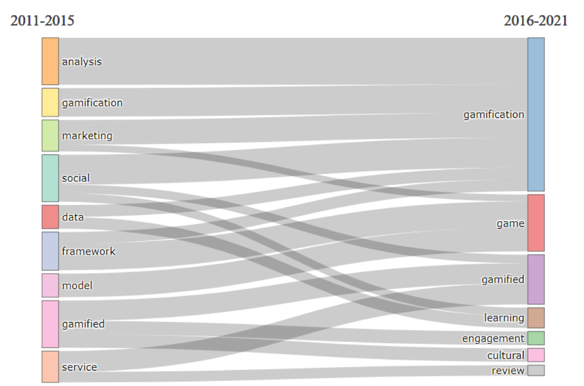
Şekil 13a. Genişletilmiş Anahtar Kelime



Şekil 13b. Anahtar Kelime



Şekil 13c. Başlık

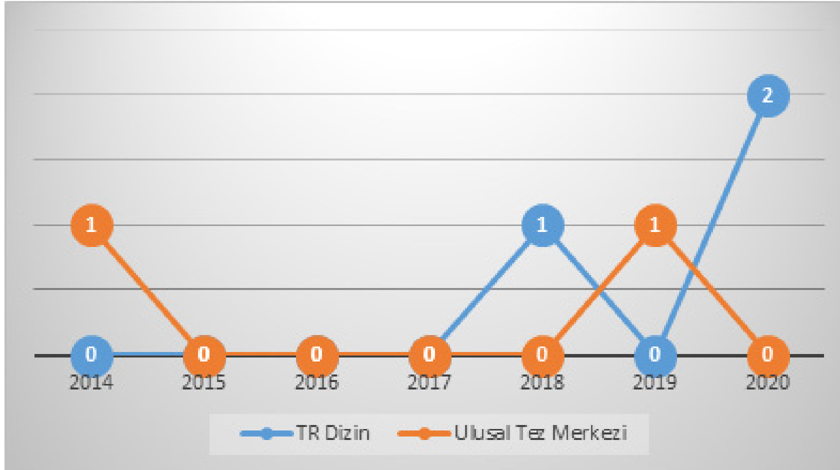


Şekil 13d. Özet

Düz çizgiler bağlantili temalarin ayni adi paylaştiği anlamina gelir: her iki tema da ayni anahtar kelimelerle etiketlenmektedir veya bir temanin etiketi diğer temanin da bir parçasidir (temanin adi {tematik bağlantilar}).

Ulusal Yazinda Yillara Göre Çalişma Sayilari

2011- 1 Ağustos 2021 yillari arasinda TR Dizin'de "oyunlaştirma" ve "pazarlama" ile ilgili 3 çalişma yapilmiştir. Bunlardan ilki 2018 yilinda diğer ikisi ise 2020 yilinda yayinlanmiştir. Ulusal Tez Merkezinde ise yapilan incelemeler sonucunda oyunlaştirma ve pazarlama konularinda toplam iki çalişma bulunmuştur. Bunlarin ilki 2014 yilinda diğeri ise 2019 yilinda yapilmiştir.



Şekil 14. TR Dizin ve Ulusal Tez Merkezi Yillara Göre Çalişma Sayilari

Ulusal Yazinda Çalişma Türleri, Alanlari ve Atif Sayilari

TR Dizin veri tabaninda 2011-1 Ağustos 2021 yillari arasinda yapilmiş olan çalişmalarin tamami araştirma makalesi türündedir. Çalişmalardan atif alan sadece bir çalişma bulunmaktadir. Ulusal Tez Merkezindeki çalişmalar ise yüksek lisans tez türündendir. Çalişmalarin biri işletme diğeri ise reklamcilik bölümüne aittir.

Tablo 5. TR Dizin ve Ulusal Tez Merkezi Çalişma Türleri, Alanlari ve Atif Sayilari

TR Dizin Yazar/Yazarlar	TR Dizin Çalişma	Çalişma Türü	Atif Sayisi
(Tuzcu, Özdemir, & Baysal, 2018)	Yerel Firmalarin Markalama Sürecinde Dijital Reklamcilik Deneyimi: Vavin Örneği	Araştirma Makalesi	1
(Demir & Demir, 2020)	Oyunlaştirma Özelliklerinin Marka Sadakati Üzerine Etkisi	Araştirma Makalesi	0
(Tılıç, 2020)	Eğitimde Dijitalleşme Kapsaminda Oyunlaştirma Kavrami	Araştirma Makalesi	0
Ulusal Tez Merkezi Yazar	Ulusal Tez Merkezi Çalişma	Çalişma Türü/Alani	Atif Sayisi
(Yörükoğlu, 2014)	Gerilla pazarlama ile tüketici arasindaki oyunlaştirma ilişkisi	YL Tez/ İşletme	0
(Güleç, 2019)	Oyunlaştirma (Gamification) ve mobil pazarlama etkinliği	YL Tez / Reklamcilik	0

Ulusal Yazinda Dergilere-Bölgelere Göre Çalişmalar

TR Dizin'de 2011- 2021 yillari arasinda yapilan çalişmalar Journal of Yaşar University, Akdeniz İletişim ile Sanat ve Tasarim dergisinde yayinlanmiştir. Şehirlere göre dağilim ise Ankara, Isparta ve Antalya şeklindedir. Ulusal Tez Merkezindeki çalişmalar ise İstanbul ve Sakarya şehirlerine aittir.

TR Dizin'de Başlik, Özet ve Anahtar Kelimelerde En Sik Kullanilan Kelimeler

2011-2021 yillari arasindaki çalişmalarin özetlerinde en sik kullanilan ifade oyunlaştirma 16 olmuştur. Natural Language Processing Group İstanbul Üniversitesi tarafindan geliştirilen Türkçe metin siklik çözümleyicisi kullanilarak hesaplanan kelime sikliğinda kriter olarak gövde sikliği alinmiştir. Tablo 6 özetlerde kullanilan kelimelerin sikliklarina göre siralamasi gösterilmektedir.

Tablo 6. Özetlerdeki Kelime Sikliği

Kelime	Sayi
Oyunlaştirma	16 (%3.77)
Marka	8 (%1.89)
Tüketici	7 (%1.65)
Sadakat	5 (%1.18)
Araştirma	5 (%1.18)
Eğitim	5 (%1.18)

Çalişmalarin başliklarinda oyunlaştirma (3) en fazla kullanilan ifade olmuştur. Anahtar kelimelerde ise en sik kullanilan kelime oyunlaştirma (5) ve marka (2) olmuştur.

Ulusal Tez Merkezi Başlik, Özet ve Anahtar Kelimelerde En Sik Kullanilan Kelimeler

2011-2021 yillari arasinda yapilan çalişmalarda başliklarda kullanilan en sik kelimeler oyunlaştirma ve pazarlama olmuştur. Anahtar kelimede yine pazarlama yüksek bir oranla baş siradadir. Özetlerde ise oyun 10 ve oyunlaştirma kavrami 4 kez kullanilmiştir. Tablo 7'de başlik, özet ve anahtar kelimelerde kullanilan kelimelerin siklik oranlarina göre siralamasi gösterilmiştir.

Tablo 7. Başlik, Özet ve Anahtar Kelimelerde En Sik Kullanilan Kelimeler

Başlik	Anahtar Kelime	Özet
Oyunlaştirma 2 (%15.38)	Pazarlama 7 (%30.43)	Oyun 10 (%3.75)
Pazarlama 2 (%15.38)	Yöntem 2 (%8.70)	Gerilla 9 (%3.37)
	Oyunlaştirma 2 (%8.70)	Pazarlama 9 (%3.37)
	Gerilla 2 (%8.70)	Yöntem 9 (%3.37)
	Mobil 2 (%8.70)	Tüketici 7 (%2.62)

SONUÇ

Oyun geçmişten günümüze tüm kültürlerde yer alan bir kavram olsa da, oyunlaştirma son 10 yil içerisinde pazarlama literatürüne girmiş ve ilgi görmeye başlamiş bir kavramdir. Bu çalişmada oyun kelimesinden türetilen oyunlaştirma kavraminin pazarlama alan yazininda dünden bugüne incelenmesi yapilarak gelecekte daha geniş kullanilacağina inanilan bir kavrama ilişkin gelecek çalişmalara katki sunmak amaçlanmiştir. Bu bağlamda Scopus veri tabaninda 23.625 çalişma sistematik olarak ele alinmiş ve pazarlama alan yazini için yeniden

tarandiğinda 4.869 çalişmaya ulaşilmiştir. 4.869 çalişma anahtar kelime, özet ve başliklarinda "oyunlaştirma/gamification" ve "pazarlama/marketing" kelimelerinin varlik durumuna göre tekrar süzülmüş ve 274 makale elde edilmiştir. Çalişma dili Türkçe ve İngilizce olarak belirlendiği için son aşamada çalişilabilir 267 makale bibliyometrik analizle değerlendirilmiştir. Pazarlama alaninda oyunlaştirma ile ilgili yapilan ilk çalişmanin 2011 tarihli olduğu görülmüştür. Ulusal yazindaki yayinlarin durumunun ortaya konmasi için TR Dizin ve Ulusal Tez Merkezi'nde taranan çalişmalar ele alinmiştir. TR Dizin'de "oyunlaştirma" ve "pazarlama"ya dair 4 çalişma bulunmaktadir ve bunlar anahtar kelime, özet ve başlik ile filtrelendiğinde geriye 3 çalişma kalmaktadir. Benzer bir sonuç Ulusal Tez Merkezi ile ilgili de geçerlidir. Ulusal Tez Merkezinde "oyunlaştirma" ve "pazarlama"yla ilgili 2 çalişmaya rastlanmiştir. Buna göre pazarlama alaninda ulusal yazinin uluslararasi yazina kiyasla oyunlaştirma konusunda çok daha kisitli çalişmaya sahip olduğu söylenebilmektedir.

Scopus verilerinden elde edilen sonuçlara göre, pazarlama alan yazininda oyunlaştirmaya olan ilgilinin 2015 yilinda ivmelendiği, yapilan çalişma sayisinin artmakta olduğu ve 2021 yilinda 29 tane yayin yapildiği tespit edilmiştir. 2021 yilinda her ne kadar mevcut grafikte düşüş var gibi görünse de, analizin 1 Ağustos 2021 tarihine kadar olan çalişmalari kapsadiği unutulmamalidir. TR Dizinde (anahtar kelime, özet, başlik filtreli) üç çalişma bulunmaktadir. Bunlardan ilki 2018 yilinda diğer ikisi ise 2020 yilinda gerçekleştirilmiştir. Buna göre ulusal pazarlama yazininda oyunlaştirma kavramina ilişkin ilk çalişmanin 2018'de yani uluslararasi yazindan 7 yil sonra yapildiği görülmektedir. Çalişmalar türüne göre incelendiğinde ise Scopus'ta en fazla çalişma yapilan türler makale (126) ve konferans bildirisi (96) olarak karşimiza çikmaktadir. TR Dizin'de yer alan üç çalişma da araştirma makalesi kategorisindedir.

Scopus'ta taranan ve "Gamification in education: a systematic mapping study" gerçekleştiren Dicheva ve ark. (2015) 625 atif ile en fazla atif alan çalişma olmuştur. TR Dizinde atif alan tek çalişma "Yerel firmalarin markalama sürecinde dijital reklamcilik deneyimi: vavin örneği" başlikli Tuzcu ve ark. (2018) tarafindan gerçekleştirilen çalişmadir. Çalişma toplamda bir atif almiştir.

Alanda en fazla çalişma yapan ve bilimsel üretkenliklerine göre değerlendirildiklerinde ilk üç sirada yer alan ülkeler ABD, Çin ve Avustralya'dir. Çalişmalarin sosyal yapisini incelemek amaciyla yapilan, iş birliği yapan yazarlarin ülkeleri incelendiğinde İspanya-İtalya ve ABD-Birleşik Krallik'in alanda en fazla ortak çalişma yapan ülkeler olduğu görülmüştür.

Ayrica çalişmada ortak sözcük ve atif aği ile kavramsal bir çerçeve çizilmiştir. Bilimsel haritalamada genişletilmiş anahtar kelime kullanilmiş ve bu şekilde konuya dair daha derin ve kapsamli bir bakiş açisi sunulmak amaçlanmiştir. Ortak atif aği ve tematik evrim grafikleri ise çalişmanin entelektüel yapisinin kavranmasi açisindan çalişmaya dahil edilmiştir. Çalişma bunlara ek olarak özet, başlik ve anahtar kelimelerde en sik kullanilan ifadeler ve bu ifadelerin yillara göre değişim trendini sunmaktadir. Çalişma sonucunda elde edilen bilgiler işiğinda 2011-2021 yillari arasinda oyunlaştirma literatürünün pazarlama kapsaminda yapilan incelemesinin hem istatistiki bilgileri hem de daha kavramsal ve sosyal yapiyi tanimlayan bilgileri içerdiği ve bu bağlamda da gelecek çalişmalara işik tutabilecek önemli bilgileri

barindirdiği söylenebilmektedir. Pazarlama alan yazininda oyunlaştirmaya dair kendi tüketici kültürümüzü taniyabilmek ve işletmelere ve pazarlamacilara işik tutabilmek amaciyla ulusal yazinda daha fazla çalişmaya gerek duyulduğu görülmektedir.

Bu çalişma ile pazarlama alan yazini için önemli bir kaynak sunulmuş olmakla birlikte çalişmanin her çalişma gibi birtakim kisitlari olduğu da unutulmamalidir. Çalişmada incelenen uluslararasi kaynaklar Scopus veri tabaninda taranmakta, ulusal kaynaklar ise TR Dizin ve Ulusal Tez Merkezi'nde taranmaktadir. İleriki çalişmalar bu kapsami genişleterek oyunlaştirma konusunu ele alabilir. Ayrica bu çalişma bu konudaki ilk gayretlerden biri olduğundan daha genel bir bakiş açisina sahiptir. İleriki çalişmalar artan çalişma sayilari ile farklilaşan alt alanlara odaklanarak daha derin bir anlayiş sağlamaya çalişabilirler.

KAYNAKÇA

1. Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. Journal of Informetrics 11 , s. 959–975.
2. Aydin, S., & Schnabel, M. A. (2016). The Museum of Gamers: Unmediated Cultural Heritage Through Gaming. Cultural Heritage in a Changing World, s. 125-141.
3. Blohm, I., & Leimeister, J. M. (2013). Gamification Design of IT-Based Enhancing Services for Motivational Support and Behavioral Change. Business & Information Systems Engineering 4, s. 275-278.
4. Bozkurt, Ö. Ç., & Çetin, A. (2016). Girişimcilik ve Kalkinma Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi. Girişimcilik ve Kalkinma Dergisi, 11(2), s. 229- 263.
5. Broadus, R. (1987). Toward a definition of bibliometrics. Scientometrics, Vol. 12 Nos 5/6, s. 373-379.
6. Canhoto, A. I., & Murphy, J. (2016). Learning From Simulation Design to Develop Better Experiential Learning Initiatives: An Integrative Approach. Journal of Marketing Education (38)2 , s. 98–106.
7. Christy, K., & Fox, J. (2014). Leaderboards in a virtual classroom: a test of stereotype threat and social comparison explanations for women's math performance. Computers and Education Vol. 78, s. 66-77.
8. Cobo, M., López-Herrera, A., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). An approach for detecting, quantifying, and visualizing the evolution of a research field: A practical application to the Fuzzy Sets Theory field. Journal of Informetrics 5 , s. 146–166.
9. Cobo, M.-J., López-Herrera, A.-G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2012). SciMAT: A new science mapping analysis software tool. Journal of the American Society for Information Science and Technology, v. 63, n. 8, s. 1609-1630.
10. Demir, M. Ö., & Demir, Z. G. (2020). Oyunlaştirma Özelliklerinin Marka Sadakati Üzerine Etkisi. Journal of Yasar University 15-58, s. 270 - 287.
11. Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: defining gamification. Proceedings of the 15th international Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments, s. 9-15.
12. Diken. (2021). Ayni ekipten ikinci 'unicorn': Türk oyun firmasi 1 milyar dolar değerlemeyi aşti. s. diken.com.tr.
13. Florenthal, B. (2019). Young consumers' motivational drivers of brand engagement behavior on social media sites: A synthesized U&G and TAM framework. Journal of Research in Interactive Marketing 13-3, s. 351-391.
14. GaminginTurkey. (2020). Turkey Game Market Report 2020.
15. Gangadharbatla, H., & Davis, D. Z. (2016). Emerging Research and Trends in Gamification. IGI Global.
16. Garfield, E. (1990). Keywords Plus®: ISI's breakthrough retrieval method. Part 1. Expanding your searching power on Current Contents on Dis-kette. Current Contents®, 1(32), s. 5–9.
17. Garfield, E. (1990). Keywords Plus®: ISI's breakthrough retrieval method. Part 1. Expanding your searching power on Current Contents on Dis-kette. Current Contents®, 1(32), s. 5–9.

18. Groening, C., & Binnewies, C. (2019). Achievement unlocked!" - The impact of digital achievements as a gamification element on motivation and performance. Computers in Human Behavior, 97, s. 151–166.
19. Güleç, U. (2019). Oyunlaştirma (Gamification) ve mobil pazarlama etkinliği. Yüksek Lisans Tezi.
20. Hamari, J. (2017). Do badges increase user activity? A field experiment on the effects of gamification. Computers in Human Behavior, Vol. 71, s. 469-478.
21. Hamari, J., & Eranti, V. (2011). Framework for Designing and Evaluating Game Achievements. Proceedings of DiGRA 2011 Conference: Think Design Play, s. 20.
22. Helms, R., Barneveld, R., & Dalpiaz, F. (2015). A METHOD FOR THE DESIGN OF GAMIFIED TRAININGS. Published in PACIS .
23. Hsu, C.-L., & Chen, M.-C. (2018). How gamification marketing activities motivate desirable consumer behaviors: Focusing on the role of brand love. Computers in Human Behavior 88, s. 121-133.
24. Huotari, K., & Hamari, J. (2012). Huotari, K., & Hamari, J. (2012). Defining gamification - A service marketing perspective, in: 16th Int. Acad. MindTrek Conf. 2012 Envisioning Futur. Media Environ. MindTrek. Huotari, K., & Hamari, J. (2012). Defining gamification - A service marketing perspective, in: 16th Int. Acad. MindTrek Conf. 2012 School of Information, UC Berkeley, CA, United States, s. 17–22.
25. Ifenthaler, D., Eseryel, D., & Ge, X. (2012). Assessment in game-based learning: Foundations, innovations and perspectives, Springer, London.
26. Insley, V., & D., N. (2014). Gamification and the online retail experience. Int. J. Retail Distirb. Manag. 42 (5), s. 340-351.
27. Köse, B., & Cilingir, Z. (2019). Oyunlaştirma Üzerine Yapilan Sosyal Bilimler Alanindaki Tezlerin Bibliyometrik Analizi. Conference: 4th International Symposium on Innovative Approaches in Social, Human and Administrative Sciences.
28. Kumar, G. A., & Kumar, A. R. (2019). Employing Gamification Methods to Increase Customer Engagement in Digital Marketing. International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE) ISSN: 2277-3878, Volume-8, Issue-2S8, s. 869-872.
29. López-Belmonte, J., & Parra-González M.E., S.-R. A.-S. (2020). Scientific mapping of gamification in web of science. European Journal of Investigation in Health, Psychology and EducationOpen AccessVolume 10, Issue 3, s. 832 - 847.
30. M., T., M., R., & C. A. (2021). A Bibliometric Analysis of Gamification Research. IEEE Access Volume 9, s. 46505 - 46544.
31. Makkizadeh, F., & Saadat, F. (2017). Bibliometric and thematic analysis of articles in the field of infertility (2011-2015). Int J Reprod Biomed. Nov; 15(11), s. 719–728.
32. MarketsandMarketsAnalysis. (2021). 19 GAMIFICATION TRENDS FOR 2021-2025: TOP STATS, FACTS & EXAMPLES.
33. Markopoulos, A., Fragkou, A., Kasidiaris, P., & Davim, J. (2015). Gamification in engineering education and professional training. International Journal of Mechanical Engineering Education, 43 (2), s. 118-131.
34. Marti´nez, M. A., Herrera, M., Lo´pez-Gijo´n, J., & Herrera-Viedma, E. (2013). H-Classics: characterizing the concept of citation classics through H-index. Scientometrics 98, s. 1971–1983.
35. Noorbehbahani, F., Salehi, F., & Zadeh, R. J. (2019). A systematic mapping study on gamification applied to e-marketing. Journal of Research in Interactive Marketing 13-3, s. 392-410.
36. Oliver, E. (2017). Gamification as transformative assessment in higher education. HTS Teologiese Studies / Theological Studies, 73 (3), art. no. a4527, s. 1-15.
37. Olsson, M., Högberg, J., Wästlund, E., & Gustafsson, A. (2016). In-Store Gamification: Testing a Location-Based Treasure Hunt App in a Real Retailing Environment. 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS), s. 1634-1641.
38. Petkov, Köbler, Foth, Medland, & Krcmar. (2011). Engaging energy saving through motivation-specific social comparison. In: Proc conference on human factors in computing systems, Vancouver. s. 1–6.

39. Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics? . Journal of Documentation, Vol. 25, s. 348-349.
40. Robson, K. (2019). Motivating Professional Student Behavior Through a Gamified Personal Branding Assignment. Journal of Marketing Education, 41 (2) , s. 154-164.
41. Rodrigues, L., Oliveira, A., & Costa, C. (2016). Playing seriously-How gamification and social cues influence bank customers to use gamified e-business applications. Computers in Human Behavior, Vol. 63, s. 392-407.
42. Sardi, L., Idri, A., & Fernández-Alemán, J. L. (2017). A systematic review of gamification in e-Health. Journal of Biomedical Informatics 71, s. 31–48.
43. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). Research methods for business students. Pearson education.
44. Schöbela, S., Saqr, M., & Janson, A. (2021). Two decades of game concepts in digital learning environments – A bibliometric study and research agenda. Computers & Education 173-104296.
45. Seiffert, J., & Nothhaft, H. (2015). The missing media: The procedural rhetoric of computer games. Public Relations Review Volume 41, Issue 2 , s. 254-263.
46. Seiffert-Brockmann, J., Weitzl, W., & Henriks, M. (2018). Stakeholder engagement through gamification: Effects of user motivation on psychological and behavioral stakeholder reactions. Journal of Communication Management 22-1, s. 67-78.
47. Stieglitz, S. (2015). Gamification – Vorgehen und Anwendung. HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik 52(6). s. 816–825.
48. Tiliç, G. (2020). Eğitimde Dijitalleşme Kapsaminda Oyunlaştirma Kavrami. Sanat ve Tasarim Dergisi 26, s. 671 - 695.
49. Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. Br. J. Manag. 14, s. 207–222.
50. Tuzcu, N., Özdemir, Ş., & Baysal, H. (2018). Yerel Firmalarin Markalama Sürecinde Dijital Reklamcilik Deneyimi: Vavin Örneği. Akdeniz İletişim-Özel Sayi, s. 374 - 392.
51. Vashisht, D., Royne, M. B., & S., S. (2019). What we know and need to know about the gamification of advertising: A review and synthesis of the advergame studies. European Journal of Marketing 53-4, s. 607-634.
52. Volkova, I. I. (2013). Four Pillars of Gamification. Middle-East Journal of Scientific Research 13 (Socio-Economic Sciences and Humanities), s. 149-152.
53. Wolf, T., Weiger, W., & Hammerschmidt, M. (2020). Experiences that matter? The motivational experiences and business outcomes of gamified services. Journal of Business Research, 106, s. 353-364.
54. Yang, Y., Asaad, Y., & Dwivedi, Y. (2017). Examining the impact of gamification on intention of engagement and brand attitude in the marketing context. Computers in Human Behavior Volume 73, s. 459-469.
55. Yen, B., Mulley, C., & Burke, M. (2019). Gamification in transport interventions: Another way to improve travel behavioural change. Cities 85, s. 140-149.
56. Yörükoğlu, M. C. (2014). Gerilla pazarlama ile tüketici arasindaki oyunlaştirma ilişkisi. Yüksek Lisans Tezi.
57. Zichermann, G., & Linder, J. (2010). Game-based marketing: Inspire customer loyalty through rewards, challenges, and contests. Hoboken, N.J.: Wiley.
58. Zupic, I., & Cater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. Organizational Research Methods Vol. 18(3) , s. 429-472.



6.

Tax Identity Theft and Tax Fraud
VERGİ KİMLİK HIRSIZLIĞI VE VERGİ DOLANDIRICILIĞI

Dr. Derya Yayman*

ÖZET

Kişilerin bir başkasının şahsi bilgilerini yetkisiz işlem ve satın alma amaçlı kasıtlı olarak kullanarak kişisel veya finansal bilgi elde etmesi kimlik hırsızlığı suçudur. Kimlik hırsızlığı çeşitli şekillerde gerçekleştirilir ve kimliği çalınan kişilerin kredilerine, mali durumlarına ve itibarlarına zarar verir. Vergi dolandırıcılığı, gerçek ya da tüzel kişilerin vergi ödeme miktarlarını azaltmak amacıyla hileli vergi beyannameleri vermeleriyle ortaya çıkabildiği gibi kimlik hırsızlığı yapan kişilerin vergi yükümlülerinin bilgilerini ele geçirerek sahte beyanname vermeleri ve haksız yere vergi iadesi almaları nedeniyle de ortaya çıkmaktadır. Yanlış kesintileri talep etmek, kişisel harcamaları işletme gideri olarak talep etmek, sahte bir sosyal güvenlik numarası kullanmak ve gelir bildiriminde bulunmamak vergi sahtekârlığının örneklerindendir. Vergi idareleri kimlik hırsızlığı yoluyla yapılan vergi dolandırıcılığının önlenmesi için çeşitli tedbirler almaktadır. Vergi idareleri, kamuoyunu konu hakkında aydınlatmakta, finansal gizlilik sağlayan yasal mevzuatlar çıkarmakta ve siber güvenlik önlemleri almaktadır. Vergi idarelerinin dijitalleşmesi ve modernizasyonu çalışmaları devam etmektedir. Çalışma, vergi dolandırıcılarının neden endişe verici bir oranda arttığını araştırmaktadır. Ayrıca vergi

***Assistant Professor, Akdeniz University, Faculty of Economics and Administrative Sciences.**

danışmanlarının, siber güvenlik önlemlerinin, dijitalleşmenin vergi dolandırıcılığını önlemede nasıl etkisi olabileceği araştırılmakta ve kişilerin kendilerini koruyabilmeleri konusunda öneriler sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Vergi Kimlik Hırsızlığı, Vergi Dolandırıcılığı, Vergi İadeleri, Siber Güvenlik, Vergi Danışmanları, Dijitalleşme

Abstract

It is the crime of identity theft to use another person's personal data to obtain personal or financial information for purposes of unauthorized actions or purchases. Identity theft takes many forms and damages the credits, finances and reputations of those whose identity has been stolen. Tax fraud may occur when natural or legal persons submit fraudulent tax returns in order to reduce their tax payment amounts, as well as when identity theft persons obtain the information of taxpayers, submit false declarations and receive tax refunds unfairly. Claiming false deductions, claiming personal expenses as business expenses, using a fake social security number, and failing to report income are examples of tax fraud. Tax administrations take various measures to prevent tax fraud through identity theft. Tax administrations inform the public about the issue, enact legal regulations that ensure financial confidentiality, and take cyber security measures. Studies for the digitization and modernization of tax administrations continue. The study explores why tax fraudsters are on the rise at an alarming rate. in addition, it is investigated how tax advisors, cyber security measures and digitalization can have an impact on preventing tax fraud, and suggestions are made for people to protect themselves.

Keywords: Tax Identity Theft, Tax Fraud, Tax Refunds, Cyber Security, Tax Advisors, Digitalization

Introduction

Today, identity theft and tax fraud have become an unfortunate part of the tech world with increasing cases. Worldwide, perpetrators getting unfair tax returns by obtaining the personal information of their victims through identity theft affects both governments and society in every aspect, causing economic and financial losses.

Some revenue administrations have software programs to prevent identity theft cases, but these programs are not sufficient due to the overwhelmingly high number of cases. For this reason, taxpayers may not even realize that they are the victims of such a crime, as they do not need to either initiate the declaration process or file a declaration.

The primary targets of potential tax refund fraud are social security numbers in various target ranges. Targeted persons are deceased persons that have a social security number or students between the ages of 16 and 22. This is because of the fact that low-income families or the elderly are not obliged to file income tax returns due to income threshold. The majority of students are also unaware of their obligation to apply for a refund. And some victims are never discovered. Some tax administrations try to prevent this with identity theft screening filters, as the UK Revenue Service (IRS) does (Meaders, 2014:13-15).

Due to the increasing prevalence of digital technology, many institutions have moved their data to networks. However, cyber attackers find a way to make powerful attacks on these networks despite this. Therefore, digital security has become more and more important. Cybersecurity problems continue to plague many companies around the world. Studies have shown that there are significant gaps in the preparedness of businesses against cybercrime, but large businesses tend to be better at dealing with emerging threats (Alqahtani, Almuhaidib, Aljabr, Alwadaah, and Aldossary, 2015:19).

Cybersecurity vulnerabilities have increased as the Covid pandemic shifts work, education and commerce online. According to the World Economic Forum's Global Risks Report, a cyberattack occurs every 39 seconds worldwide. Cyber attacks also cause trillions of dollars of damage to the global economy. So much so that, according to the estimates of the US cybersecurity organization Cybersecurity Venitures, this loss will be 6 trillion dollars in 2021 and 11 trillion dollars in 2025. These damages are; leads to cyber risks such as data damage and destruction, theft of property, loss of productivity, theft of intellectual property, theft of personal and financial data, embezzlement, fraud, disruption to normal business flow, forensic investigation, restoration, and deletion of hacked data.

Cyber attacks include; ransomware, phishing thefts, web-based attacks, malicious APT and phishing attacks, Distributed Denial of Service or DDoS attack aimed at rendering computer resources inaccessible, the art of human hacking (social engineering), Deepfake, and attacks on IoT devices. Phishing and ransomware are among the biggest cyber risks.

With the pandemic and digital transformation increasing remote work, countries' investments in cyber security have increased. The USA ranks first in the world in such investments, followed by Israel. Ransomware is on the rise as it provides more financial gain to hackers. Phishing attacks have more than doubled in 2020 with this software. The data captured with this software puts companies in a difficult situation, and to prevent this, they succumb to the blackmail of hackers that demand money. Since Bitcoin is requested as blackmail, it is very difficult to follow the money traffic.

Due to the weak links created by the internet of things in supply chains, cyberattacks against these chains can be carried out by hackers, criminals, or espionage operators. Experts state that using an automation toolbox that can use horizon scanning technologies, analytics, controls, warning tools, and self-healing software can play an active role in these attacks.

Turkey ranks 6th in Europe in the cyber security market and 11th in the world. As of 2020, cybercrime has increased by 26% in Turkey. According to the data of the Ministry of Transport and Infrastructure, more than 110 thousand cyberattacks took place in 2020. Attacks have generally been made on the technology, e-commerce, government, finance, energy, and health sectors. Turkey has increased its success rate against attacks, and internet users have felt only 1.8 percent of these attacks thanks to the measures taken (URL 1).

In 2020, ransomware payments exceeded $400 million globally and $81 million in the first quarter of 2021. Compared to the first half of 2020 and 2021, there was an increase of 150

percent. Ransomware incidents have impacted critical sectors and entire industries globally, including schools, banks, government departments, emergency services, hospitals, energy companies, transportation, and food companies.

A cyber threat defense report from 2021 determined that 86 percent of companies have suffered at least one cyberattack in the past year. It is estimated by experts that the damage of cybercrime will be 10.5 trillion dollars in 2025 (URL 2).

1. Identity Theft

Phishing is a social engineering crime, a so-called semantic attack, and is known as online identity theft. Phishing is carried out by redirecting computer or mobile phone users to fraudulent websites. Cyber attackers set up websites that look legitimate and invite their victims by sending e-mails to steal their money. Google reports that it blacklists 9500 websites daily (Arachchilage and Love 2014: 304).

Identity theft is the criminal use of another person's name, social security number (SSN), and other personal information, without their knowledge, for the purpose of obtaining a fraudulent tax refund or making a commitment. Identity theft can occur when it is used to file a fraudulent tax return, as well as in other ways (Meaders, 2014:13-15). Identity crime is used as a general term to describe a set of activities in which identity information or personal information is produced, manipulated, stolen, or assumed to facilitate the commission of a crime. Identity crime is rarely an end in itself, but it is an important element in a wide variety of other criminal activities (Jorna and Russell, 2018:3).

Frauds that occur as a result of identity theft include identity fraud, financial fraud, tax fraud, medical fraud, resume fraud, mortgage fraud, and organized crime such as money laundering, terrorism, and illegal immigration.

Some types of identity theft are:

- ❖ Financial Identity Theft
- ❖ Social Security Identity Theft
- ❖ Tax Identity Theft
- ❖ Medical Identity Theft
- ❖ Child ID Theft
- ❖ Criminal Identity Theft
- ❖ Synthetic Identity Theft
- ❖ Real Estate Identity Theft

Tax identity thieves send the tax return files to the tax offices on behalf of the real taxpayer with the identities they obtained and receive unfair refunds (Ahlgren, 2021).

With the increasing dependency on information technologies, cyber security has gained more importance. The cyber-world is safe with the security, integrity, and accessibility of information. Identity theft and fraud are cybercrime. It is possible to forge printed materials via computer. Identity theft is a crime in this sense.

Phishing is a method used to obtain personal data belonging to others, such as identity theft. Phishing is done via e-mail. Similar shopping sites such as Facebook, Instagram, and Hepsiburada are published on the net, and victims are directed to these fake websites. in this way, the personal information of the victims is in the hands of cyber attackers. The investigation process of these crimes is very difficult because the cyber attackers shut down these sites, whose servers are usually in another country, and the victims are late to learn that their identities have been stolen. It is not easy to follow these sites in countries where IT law has not been properly established.

Malware is a method used for identity theft. They are known as software programs that pass on victims' identity information to a cyber attacker unbeknownst to the victims. This software can capture all the information on the user's computer, as well as take pictures of the user's screen and transfer them to others over the internet. By clicking on fake spam in e-mails or entering a site containing malicious code, such software can hijack the computer. New malware continues to copy data from victims' computers until antivirus programs detect them.

Hacking is another method used for identity theft. Hacking is unauthorized access to information systems. Hackers (hackers) gain access to other systems by taking advantage of vulnerabilities in computer operating systems and programs.

Identity theft can also be done by maliciously hijacking computers by stealing sensitive documents or accidentally trashing them.

Examples of Literature Studies

Sheng, Holbrook, Kumaraguru, Cranor, and Downs conducted a survey with 1001 online survey respondents to investigate who fell for phishing attacks in 2010. The study revealed that women are more susceptible to phishing than men and participants between the ages of 18 and 25 are more susceptible to phishing than other age groups (Arachchilage and Love 2014:305).

Programs such as Firefox 2, Search ID Toolbar, EarthLink Toolbar, Cloudmark Anti-Phishing Toolbar, eBay Toolbar, and Netcraft Anti-Phishing Toolbar have been developed to prevent phishing. Ye and Sean in 2002 and Dhamija and Tygar in 2005 developed a prototype for the Mozilla web browser called "trusted paths" designed to help users verify that their browser is establishing a secure connection to a trusted website. However, none of these systems are yet sufficient to combat phishing threats. Unfortunately, most computer users have a lack of security awareness due to a lack of education, awareness, professionalism, and training. Therefore, anti-phishing training needs to be considered to prevent this.

In the UK, in 2014, researchers Nalin Asanka Gamagedara Arachchilage and Steve Love investigated the question of whether conceptual or procedural knowledge has a positive effect on computer users' self-efficacy in preventing phishing attacks with the Anova test. The study showed that when computer users have a high level of knowledge, they feel more confident than other users when faced with a phishing problem. When users believe that their knowledge level is sufficient to solve the problem, they can develop a problem-focused prevention approach. That is, they regularly update their passwords, install firewalls and antivirus programs, and

disable cookies. They directly deal with the malicious information technology threat by taking protective measures such as installing and configuring information technology protection (Arachchilage and Love, 2014:307-310).

Identity Theft Statistics in USA, Australia, Canada, UK and European Union Countries

While there were 86,250 reports of identity theft in the USA in 2001, this number increased to 1,387,615 in 2020. The number of people affected by identity theft increased from 16.6 million in 2012 to 17.6 million in 2014.

According to data from the US Department of Justice, the cost of identity theft has increased to $16 billion by 2016. Losses are expected to increase again to $721.3 billion in 2021 (URL 3).

in 2012, the fraudulent tax refund received for the theft of tax IDs was $4 billion. By 2013, the number of taxpayers affected by tax identity theft was 770,000. With a public-private sector initiative in 2016, tax identity theft incidents decreased by 50%. in 2016, the IRS prevented 883,000 verified identity theft returns (URL 4).

Aite Group remarks that, 47 percent of Americans have experienced financial identity theft in 2020. According to the U.S. Identity Theft: Stark Reality report published by Aite Group, financial losses from identity theft were $502.5 billion in 2019 and 712.4 billion in 2020, an increase of 42 percent. The increase in unemployment benefits due to the pandemic has made the employment sector attractive to fraudsters, greatly increasing the cases of identity theft.

Here are the results of an online survey of 8,653 US consumers aged 18 and over in December 2020;

- ❖ The majority of the 2.2 million fraud reports made in 2020 were identity theft cases. in the past two years, 37 percent of consumers have been victims of referral fraud and 38 percent have experienced account takeovers.

The highest percentage of consumers who fell victim to fraud in 2020 are aged between 35 and 44, accounting for 30 percent of all identity theft victims (URL 3).

- ❖ Most identity thefts came to light after financial institutions were contacted regarding suspicious activities, with almost half (47.6%) of cases discovered this way. As credit card review statistics reveal, about 18.7% of victims noticed fraudulent charges on their accounts. Only 8.0% say that there was no money in their account, while 4.7% dealt with credit cards rejected due to insufficient funds.
- ❖ 4.6% of the victims were informed by a company or agency, and 2.9% received an invoice for a purchase they did not make. Only 0.5% of victims of impersonation in 2016 were informed of the incident by the police.
- ❖ In over 90% of identity thefts, the victim has been found to know nothing about the thief. It was observed that the victim knew something about the person who stole their personal information in only 6.2% of the cases. This is the most common case of misuse of personal information. Official identity theft statistics show that around 16.4% of such victims have some knowledge of the offender.

- ❖ About 13.0% of victims dealing with accounts opened under their own name know something about the offender. Meanwhile, abuse of existing credit cards and bank accounts is mostly done by complete strangers.
- ❖ The highest identity theft losses come from opening new accounts and misusing personal information. The average loss on opening a new account is $3,460, and the median loss here is $800. As for the misuse of personal information, the average and median losses are $2,620 and $600 respectively.
- ❖ More than half of identity thefts are resolved within one day. in 2016, a total of 57% of one-off incidents were resolved within one day. Approximately 20% of the events took between 2-7 days to be corrected. Approximately 15% of incident decisions lasted between eight days and one month. Less than 10% of all identity theft solutions took 1-3 months, and insignificant 1% took 3-6 and more than six months to resolve.
- ❖ Americans receive more than 4 million tons of junk mail per year. Such emails often contain personal information, SSNs, email addresses, bank account information, and more (URL 3).

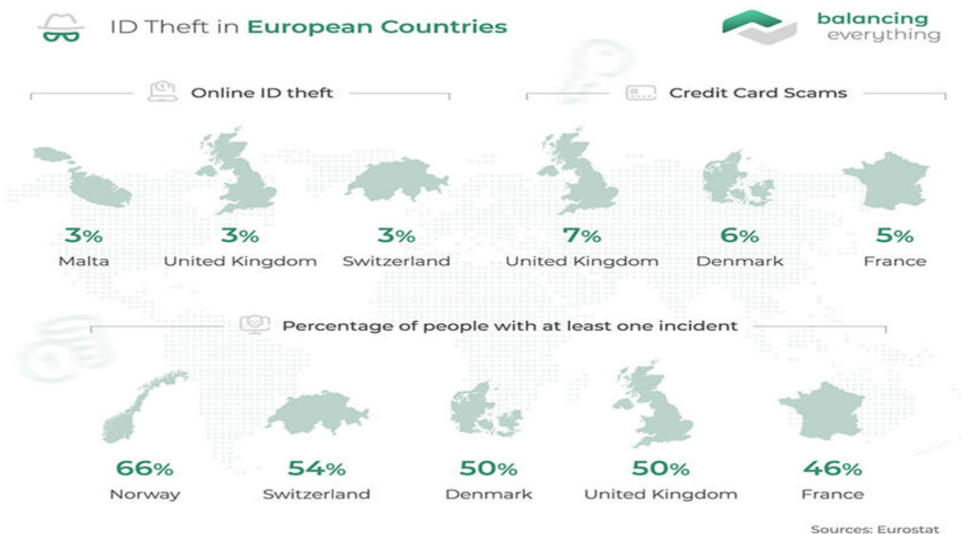


Figure 1: Identity Theft Rates in EU Countries

Source: URL 3.

The online identity theft percentage of internet-related incidents in the EU is 1 percent. Misuse of personal information also contributes to only 1% of such incidents. Most incidents were phishing and pharming with 26% and 13% respectively. Other problems Europeans face when using the internet include documents lost due to a virus (3%), credit card fraud (3%), and hacked accounts (2%). Malta, the United Kingdom and Switzerland are the countries with the highest online identity theft in 2019.

Worldwide identity theft statistics show that the UK also leads the way in credit card fraud

among its European peers. About 7% of the British, 6% of the Danes and 5% of the French face this problem.

According to EU identity theft statistics, around 66% of Norwegians reported one or more of these issues in 2019. Norway is followed by Switzerland (54%), Denmark (50%), the United Kingdom (50%) and France (46%) (URL 3).

Of the more than 2 million reported crimes in Canada in 2019, only 19,285 were cases of identity theft crime. This figure corresponds to only 0.88% of all crimes in the country. These figures place Canada in the same category as most European countries, according to worldwide identity theft statistics.

Online fraud statistics reveal that around 14% of Brits who shop online are victims of identity theft. Meanwhile, about 11% of Americans and 10% of Canadians reported such problems. Only 6%, 5%, and 3% of online shoppers from France, Spain, and Germany, respectively, reported having their identity stolen. These online credit card fraud statistics show that people from EU countries are even more careful when shopping online.

In 2019, 223,163 cases of identity crime in the UK accounted for 61% of all crime cases. Specifically targeted plastic cards and bank accounts, and as suggested by identity theft statistics, 87% of identity fraud cases occurred through online channels (Insurance Informatian Institute, 2021).

The Prevention of Phishing Working Group in Australia reported that in 2019, phishing attacks were at their highest level in three years and have increased steadily throughout the year. An analysis of the Australian Competition and Consumer Commission's (ACCC) Scamwatch reporting system shows that almost half (47%) of all scam victims report being reached via phone or SMS.

The Internet offers many opportunities to obtain personal information through unauthorized access to networks and systems. Data breaches allow significant amounts of personal information to be accessed and used for criminal activity. AIC (Australian Institute of Criminology)'s 2019 survey determined that the data breach problem was the method by which personal information was obtained by 12% of the respondents. Many cases reported under the categories of social media, email theft, online non-social media, and "unknown" are likely to include large-scale data breach incidents.

Symantec's 2019 internet security threat report highlights a new technique used by hackers targeting organizations after a data breach. to avoid detection of network attacks, attackers have begun to "live offshore" using out-of-the-box tools and operating system features to carry out their attacks in digital shadows. in a low-profile way, they hide malicious activity among a number of legitimate processes.

By using clean system tools and attaching as few files as possible, attackers avoid being blocked or caught by traditional browsers and security measures. It has been determined that approximately 75 percent of the 140 cyber attack groups monitored by Symantec use "life on land" techniques (Franks and Smith, 2020:8).

Tax Fraud

Tax fraudsters can deceive their victims with fake e-mails, fake payment orders, fake e-lien documents, fake payment stop order verification, fake tax inspection, and termination letters and acquire their identities and information.

The U.S. revenue agency IRS publishes its list of top 12 tax frauds each year. This list is known as the "dirty dozen tax scam list". Identity theft is usually first on the published list. Other tax frauds published in the tax fraud list (Brody, Haynes and Mejia, 2014:91-93) are as follows;

- ❖ Phone scam
- ❖ Promises to give free money
- ❖ Forgery of tax return file preparation
- ❖ Retaining income in tax haven countries
- ❖ Don't pretend to be charities
- ❖ Fake income, spending, and exemptions
- ❖ Fake wage requests
- ❖ Fake abusive tax structures
- ❖ Abuse of trust.

Tax Return Preparer Fraud

The first stage of a tax fraud scheme involves a fraudster obtaining personal information and using that information to file a refundable tax return. The second stage requires the revenue administration to reimburse the fraudster. For larger fraud schemes, the first stage involves submitting thousands of tax returns to the revenue authorities, and the second stage involves managing the refunds received, which represent the fraud's "success rate". The first two stages are the only interaction between the fraudster and the revenue administration. The remaining three stages are related to the taxpayer's discovery and confirmation that a fraudulent return has been filed on their behalf, and the corrective steps taken by the revenue administration. While the first two stages (filing and refunding) occur in every fraud case, the last three stages only occur if the taxpayer files a return for the year in question (Nigrine and Peters, 2018: 38-39).

Tax frauds, identity theft, and data breaches affect consumers, financial institutions, businesses, government agencies, and almost everyone. While the number of tax fraud cases in Turkey was 358 and the number of suspects was 582 in 2015, the number of cases increased to 748, and the number of suspects became 1052 in 2019 (Kom Department, 2019:31).

Fraudulent tax returns are a public concern. Undetected tax refund fraud causes significant unwanted expenses and attrition. Some tax return preparers may file larger returns after having their taxpayers sign the tax returns and collect the differences themselves. For example, tax preparers may claim "inflated personal or business expenses, false deductions, disallowed credits, or excessive refund exemptions" for their clients. Leslie Brewster of North Carolina has falsified hundreds of tax returns for her clients by claiming fraudulent education loans with

her fictitious tax preparation company, resulting in unfair government tax returns of $100,000. Fake tax preparer companies can also use stolen IDs as their "customers". in Florida, such an incident occurred as a result of the police stopping a Cadillac vehicle they were after as a drug smuggler, and thousands of stolen IDs were found in the vehicle. As a result of the investigation, investigators determined that the gang had stolen $1.9 million with false tax returns.

Tax preparers may falsely claim to be members of tax software companies that make the software which the revenue agency uses to complete free e-refunds for low- and middle-income taxpayers. Taxpayers who are deceived by this can entrust these tax preparers to set up a free website for themselves. The scammer then completes and files the taxpayer's return, but replaces the bank routing numbers with their own bank routing numbers.

Other scammers have set up fake tax preparation services in physical and virtual locations using well-known business names. They use the reputation of well-known companies to gain the trust of unknowing victims (Brody, Haynes and Mejia, 2014:91-93)

In the tax scams detected in the UK, it was understood that cybercriminals selected their victims as soon-to-be tax refund recipients and directed them to legitimate-looking web pages with spam emails and phishing messages, thus receiving unfair tax refunds (URL 5).

Impersonating Charities to Deceive People

Various tactics are used to impersonate charities. Some scammers contact people via phone or email to get money and financing. Some claim to work on behalf of the revenue office to contact victims and help them file loss compensation claims and obtain tax refunds. After perpetrators obtain personal financial information or social security numbers, they use them to steal identities or financial resources. They also use fake websites in the name of helping disaster victims.

Fake Income, Spending, and Exemptions

The figures can be inflated in the tax returns prepared in order to show the tax refunds high. Unearned income and unpaid expenses can be shown in tax returns. For example, a self-employed taxpayer may show personal expenses as business expenses. This personal expense may be personal food expense or personal travel. A fraudulent tax preparer or tax service business may commit this fraud, and therefore it is similar to a refund preparer fraud (Brody, Haynes and Mejia, 2014:91-93).

Stolen Identıty Refund Fraud

Identity theft (IDT) refund fraud has been a major problem for revenue administrations for years. The first example of such fraud can be found in the Los Angeles Times report conducted in 1988 in which Donald Penrod was accused of fraudulently filling out tax forms electronically in order to obtain an illegal refund (Hultgren, 2019:3).

Examples of cases of tax identity theft and tax refund fraud include the cases of Tony Jones and Mauricia Warner. in 2014, in Mississippi, Tony Jones and his associates created a fraudulent tax refund program aimed at stealing individuals' names and social security numbers

and filing fraudulent tax returns. Tax refunds have been deposited electronically in their own banks. When the situation was determined, Jones and his assistants were sentenced to 105 months in prison and a fine.

In 2014, it was revealed that in Atlanta, Mauricia Warner and her associates received more than 5,000 fake tax returns. in what became known as the "Georgia Man Tax Fraud," the court sentenced Warner to 240 months in prison and a fine for phone fraud, identity theft, fraudulent tax returns, and money laundering (Miller, 2020).

Tax Identity Theft and Tax Fraud Prevention Strategies

Tax identity theft and tax fraud prevention strategies can be examined under two headings as proactive strategies and self-protection strategies of individuals and companies.

Proactive Strategies

Proactive strategies can be explained under the following headings;

Legal Regulations For Protecting Individuals' Identities and Preventing Cyber Crimes

Cyber security has started to take place in national security strategies with the spread of information technologies and the increase in internet usage. in this context, many countries, especially developed countries, and international organizations such as NATO and the EU have produced cyber security strategies.

In the Turkish Penal Code No. 5237 (TCK), cybercrimes are an aggravating factor. The crime of fraud committed by means of informatics is considered qualified fraud. Another important legal text for Turkey is the Council of Europe Convention on Cybercrime. Turkey became a party in 2010 to the convention, which was adopted in 2001 and entered into force in 2004.

Another law concerning cybercrime is the Criminal Procedure Code (CMK) numbered 5271. Article 134 of the CMK titled "Searching, copying and seizing in computers, computer programs and logs" contains provisions regarding the procedure for collecting and preserving digital evidence. Another law applied in the fight against cybercrime is Law No. 5651 on Regulation of Broadcasts on the Internet and Combating Crimes Committed Through These Broadcasts. After the law came into force, some regulations were also issued to regulate the practice. The law determines which content is illegal and the roles and responsibilities of actors operating on the Internet, such as content providers. in the law, the method of blocking access has been adopted as a method of combating illegal content (Hekim and Başıbüyük; 2013: 149-156).

The crime of "using someone else's identity or identity information" is included in Article 268 of the Second Book of the Turkish Penal Code. Article 268; remarks that "Anyone who uses someone else's identity or identity information in order to prevent investigations and prosecutions against him due to the crime he has committed will be punished according to the provisions regarding the crime of slander" (Çakır, 2013: 1541-1542).

The most important law regarding cyber security in the USA is the Computer Fraud and

Abuse Act (CFAA). The US Prosecuting Identity Theft Act was passed in 2014. The law stipulates up to 20 years in prison if a person is convicted of tax return identity theft, includes organizations as potential tax return victims of identity theft, and requires the Attorney General to submit a report to the judiciary (Thorne and Stryker, 2014:2).

Using Id Scan Filters That Can Detect Identity Theft

To detect identity theft, the IRS took the first step by increasing the number of fraud screening filters. They request confirmation of whether the transaction belongs to them by contacting the taxpayers who apply for a tax refund by phone or mail. No refunds will be made until the taxpayer's identity has been verified. This process prevented the unfair filing of more than $5.2 billion in tax returns until 2012. to prevent deceased persons' social security numbers from being used for identity theft, the IRS has placed a unique identifier on their security numbers. Thus, it prevented $130 million extradition fraud in the Tampa area of Florida alone.

Individuals are obliged to carefully protect their personal information, including their tax identification numbers and social security numbers. People who have their identity stolen should report this to the security units and tax administrations. Expired credit cards, bills, etc. they should not throw away their documents without breaking them into the smallest piece.

Precautions should be taken in public settings to be aware of who can overhear personal conversations with privileged information. During phone calls, people should not give their personal information without confirming that they are legitimate sources (Meaders, 2014:13-15).

Defining Tax Refund Processes with Strict Legal Rules

Countries are trying to prevent tax refund fraud with their legal regulations on tax refunds. Whether taxpayers are entitled to a refund or not is investigated by the tax administration with a preliminary control.

In the US, states such as Illinois, North Dakota, South Carolina, and New Jersey have begun delaying tax returns to prevent tax fraud through tax identity theft.

Cash refund requests regarding the taxes withheld in Turkey shall be fulfilled by attaching and submitting the refund request petition (1A) and the documents requested in the notification, without seeking an examination report and a letter of guarantee if the refund amount does not exceed 50,000 Turkish Liras.

The documents requested in tax returns (General Communique on Income Tax with serial number 315) are as follows;

- ❖ A certified copy of the letter showing that tax deduction has been made by the employer for those who earn wage income,
- ❖ Approved copy of the lease contract for those who earn real estate capital income,
- ❖ A certified copy of the document showing that the tax deduction has been made for those who obtain securities,
- ❖ Certified copy of the document showing that the taxes withheld through withholding are

accrued on behalf of the tax officer for those who earn self-employment income,

- A copy of the document approved by the relevant institution, indicating that the taxes withheld by the taxpayers have been paid to the relevant tax office for corporate taxpayers and those who earn commercial or agricultural income.

If the tax offices determine the relevant documents and whether the tax is paid or not from the GIBINTRANET/Management Information System (MIS) screen, documents related to this information are not sought separately from the taxpayers in paper form.

Use of Electronic Identity Card with Chip in Compliance With International Standards (ICAO)

The use of electronic ID cards with chips in accordance with international standards is becoming widespread around the world. Taxpayers in the UK have an Identity Protection Personal Identification Number (IP PIN). The UK applies a "look-back system" and a "real-time tax system" to detect tax fraudsters. The UK is rapidly digitizing its tax administrations.

Tax returns can be issued via debit cards or in the form of an electronic transfer of funds to a bank account or a check by mail. All banks have developed strict rules to identify the account holder before opening an account. Sending returns directly to bank accounts eliminates the hassle of trying to cash a paper check (Meaders, 2014:13-15).

In 2021, the IRS added another layer of security, making IP PINs available to all taxpayers. The IP PIN is a six-digit code known only to the taxpayer and the IRS. It helps prevent identity thieves from filing false tax returns using a taxpayer's personally identifiable information.

Using an IP PIN is, in essence, a way to lock down a tax account. The IP PIN serves as the key to opening this account. Electronic returns that do not contain the correct IP PIN will be rejected and paper returns will be subject to additional review for fraud.

Tax software vendors have agreed to strengthen their password protocols. This is the first line of defense for these companies to make sure their products are safe. State tax authorities have begun to require taxpayers' driver's license numbers as another way of proving their identity. The US Internal Revenue Service IRS has limited the number of tax returns that go to financial accounts or addresses. The IRS has masked personal information from tax transcripts.

Online tax software products available to both taxpayers and tax professionals include multi-factor authentication options. Multi-factor authentication allows users to better protect online accounts. One way to achieve this is to request a security code sent to a mobile phone in addition to the username and password used to access the account.

The IRS and Security Summit partners have established a "knowledge hub" that allows them to quickly identify emerging scams and react to protect taxpayers. The "Identity Theft Tax Refund Fraud Information Sharing and Analysis Center" PDF is now operational (URL 6).

Matching of Taxpayers' Identity Numbers with Bank Accounts

Matching a taxpayer's identification number to their bank account is a form of authentication to deter tax fraud. Identity theft perpetrators prefer to use debit cards for refunds, as most of

them file below the $35,000 income threshold. Revenue agencies issue debit cards through a pilot program to assist taxpayers who do not have a bank account. With these cards, fraudsters have the opportunity to buy whatever they want and they do not need to show any identification to use the money preloaded by the revenue administrations (Meaders, 2014:13-15).

Modernization and Digitization of Revenue Administrations

Since the computers used by the revenue administrations all contain information about millions of people globally, these computers must be constantly monitored for system security. in the digital world where everything is digitized, it is necessary to establish blockchain-based tax systems in revenue administrations and to implement other digital technologies.

The electronic tax system started with the use of the IRS in the USA for the first time in the world. The electronic tax system is an online platform that allows the taxpayer to access tax services over the internet. These services include tax identification number registration, filing of returns and registration of payment, and certificate of conformity application. Until now, it has been understood from the country practices that the system provides tax compliance, facilitates access to tax services, is easy to use, provides secure payment, and is a user-friendly system. England, Australia, Canada, Italy, United Kingdom, Chile, Ireland, Germany, France, Netherlands, Finland, Sweden, Switzerland, Norway, Singapore, Brazil, Mexico, India, China, Thailand, Malaysia, Turkey, Uganda, Nigeria, Rwanda, and Kenya are countries that use the electronic tax system.

In 2020, each user produced an average of 1.7 MP data per second, and this data production increased even more with the pandemic. It is predicted that data production will reach 200 zettabytes (ZB) in total by 2025. Parallel to this size, data storage products are also developing and cloud computing is becoming widespread (URL 7).

Therefore, it seems necessary for revenue administrations to use “Big Data” in order to analyze a large amount of data available on the Internet, as well as to estimate the tax risk of e-commerce transactions and select the organizations to be audited. The “3V” model is used to describe “Big Data”: volume (a large amount of data to be processed), speed (high variability and dynamics of the data processed, especially those processed in the immediate environment, real-time), and diversity (a wide variety of data, especially unstructured data) (Lipniewicz, 2017:33-35).

Technologies such as artificial intelligence (AI), blockchain, and machine learning are effective technologies in combating identity theft and tax fraud. Because learning algorithms are structured effectively to predict cyber attacks. Algorithms are useful in tracking illegal money transfers and are effective in alerting the system to cyberattacks that can occur on many issues. Algorithms are very successful at preparing financial institutions for risks by analyzing various patterns.

Artificial intelligence (AI) algorithms are used to map illegal transactions, suspicious money movements, and credit cards. Monitoring account activities and credit card activities, and alerting when there is unusual spending help identify fraudulent perpetrators. As a result of

the digitalization of both intrusion detection and intrusion prevention systems with the use of artificial intelligence, human errors have decreased.

The use of retina reading, biometric scanning, and authentication software by artificial intelligence in customer acceptance in banks is effectively applied in the detection of identity theft perpetrators. Artificial intelligence algorithms analyze financial records, spending, and investment rates and detect illegal activities and connections with offshore banks (URL 8).

Real-Time Tax System

The real-time tax system makes remarkable strides in countries' tax systems in terms of accuracy, efficiency, and ability to reduce taxpayer burden. With this system, taxpayers can correct the mistakes made before the declaration is accepted, so they have the opportunity to access the documents when the items are ready, not years later. This system has the potential to verify a taxpayer's income and identity to reduce tax refund fraud.

Public Awareness Trainings

Frequently informing the public through media channels and conducting educational activities increase social awareness. The US revenue administration can be given as an example in this regard. US revenue agency IRS, irs.gov. works to inform people about the signs of tax fraud through pages on its website and YouTube videos.

Self Protection Strategies for Individuals and Companies

Strategies for people to protect themselves against identity theft can be determined as follows;

- Individuals can take various measures to protect their identity information. They may not carry their ID cards with them. They may keep their ID number or social security number in mind. They can monitor all their bank accounts frequently to ensure their financial security. They can regularly renew their bank card, credit card, or internet banking passwords.
- It is in the interests of individuals not to open phishing e-mails that appear to have come from the revenue administration or tax offices. Tax administrations make official notifications to individuals, they are never asked for information about their tax status by phone calls. No revenue agency will ask taxpayers for passwords to bank accounts, credit cards, or other financial accounts, or personal information.
- People should carefully choose the websites they visit and be meticulous when researching tax forms, tax preparers, or other tax-related topics on the Internet.
- People should not click on a link sent in a mail attachment, on someone's blog, or in an advertisement. The websites entered may look like real sites, so they need to be very careful. The entire operating system and application software of the computer must be updated. Antivirus and anti-spyware programs must be installed and run on computers and receive automatic updates (North Carolina Department of Information Technology, 2021).
- They may delete any text message, random phone call, or e-mail that asks for bank account information asks recipients to click a link, or verify data, as suspicious. They can be wary

of mailbox theft, check mail frequently, and report suspicious mail to the authorities.

- ❖ Individuals can learn whether they are victims of identity theft with tax refund reports sent to them from the revenue administrations. If they do not have a tax refund request, they can immediately understand this with these notification reports.
- ❖ When tax IDs are stolen, revenue administrations and security units should be reported. in the case of tax identity theft, the US requires taxpayers to fill out form 14039 and attach a copy of the return file (URL 9).
- ❖ Individuals can protect themselves by making contracts with their own banks in transactions related to credit cards. Banks report suspicious money movements to their customers' registered mobile phones by message.
- ❖ Tax return information can be deleted from hard drives and stored on an external hard drive or another external device such as a flash drive.
- ❖ If people are in doubt about the revenue administration institutions that call them by phone, they can report the situation by calling their own tax offices.
- ❖ Taxpayers need to be aware that professional tax returners will ask them for proof of eligibility for their earnings, as opposed to some individuals or companies who say they can file commission returns with the promise of large tax refunds to their victims. in addition, professional tax return preparers must sign them and give a copy to the taxpayer.
- ❖ People may never share their personal information on social media sites. They should learn the security features of the social media sites they visit and practice privacy.

The strategies of companies to protect themselves against identity theft can be stated as follows;

- ❖ Small and medium-sized organizations with good credit scores are targets of corporate identity theft. Many perpetrators pretend to be customers or suppliers and demand payment from the business. to protect a company, management must first know its customers.
- ❖ Employees should always check the address bar of any customer or supplier's website. They should also check the company registration number, verify their delivery address, do a domain name check and get a free company credit check.
- ❖ Top management should create an atmosphere of awareness and openness when suspicious activities occur.
- ❖ To further protect the company, management should also develop a corporate prevention plan, protect company documents, monitor credit reports, and avoid using primary usernames and passwords.
- ❖ Companies should train their employees to be aware of phishing attempts and implement controls to deter hackers.
- ❖ Peer-phishing attacks occur when hackers impersonate the parent id. in these attacks, the emails appear to come from within the organization, and coworkers are likely to respond to bosses' requests.

- ❖ Microsoft's Azure Active Directory Identity Protection is an add-on to Microsoft's cloud-based identity software. The program catches intruders on corporate networks and blocks their access. If suspicious activity is detected, the program may block a user, prompting a user to answer further identification questions.
- ❖ There are national policies to protect companies and consumers. in the US, the Red Flag Rule is a policy set by the Federal Trade Commission, federal bank regulators, and the National Credit Union Administration in 2011. The red flag rule requires companies to plan to reduce activities or "red flags" that may reveal identity theft.
- ❖ If such policies are implemented effectively, a business can catch fraud before it happens or reduce its negative effects by responding quickly when it occurs (Poole, Corkern, and Hoffman, 2018:84).

Conclusion

Identity theft is increasing around the world and is threatening society at large. Identity theft criminals use various tactics to obtain the private information of individuals and institutions. The fact that people do not know how to protect their personal information about new technologies motivates identity thieves. The tendency of identity thieves to use new technology, especially on online platforms, gives them personal information acquisition techniques. People need to be informed and educated through the media about how to protect themselves on online platforms. Governments and companies need to see training costs as an investment.

Organizations that collect personal information from individuals in databases, such as banks, financial institutions, and retail stores, are more vulnerable than other small businesses or companies. Therefore, it is vital that these institutions have appropriate strategies, policies, and actions to protect themselves against mass identity theft. Good defense strategies are achieved through the integration of security awareness, training, technical control, and an effective information management strategy. The facts show that identity theft by insiders is a huge problem for organizations; therefore, organizations should consider strong and effective internal control to prevent identity theft. It is recommended that organizations educate their employees about the most common attacks, social engineering, and their consequences. Neglecting the damages of poor performance and possible attacks destroys the image of the organization as well as a large amount of loss.

The problem of tax identity theft and tax refund fraud is not new and will obviously remain on the agenda for decades to come. The modernization efforts of the revenue organization, the rapid adoption of digital technologies prevent identity theft and tax refund fraud. Blockchain-based tax systems, big data, the internet of things, technologies based on artificial intelligence contribute and help the tax administrations to overcome this problem.

Reducing the impact of identity crimes requires a sustained effort by government agencies, private sector organizations, businesses, and nonprofits. Despite the developments in the verification of identity information and the developments in online identity verification procedures, the grievances and financial losses experienced in this regard continue to increase.

Continuous monitoring of identity crime activities enables learning of changes in identity crime perpetration methods. Thus, it helps to evaluate the benefits and risks derived from crime prevention initiatives.

Individuals and organizations should recognize that they are vulnerable to identity theft, use the most effective security system, and be aware of potential threats. Because “awareness is the best defense”.

References

1. Ahlgren, M. (2021). What İs Identity Theft and What are the Most Common Types? https://www.websiterating.com/tr/identity-theft-protection/what-is-identity-theft/ (26.10.2021).
2. Algahtani, S. T. , Almuhaidib, M. M. , Aljabr, H. H., Alwadaah, N. .A. ve Aldossary, M. (2015). Cyber Security, CIS 313 – Technical Reports, College of Computer Science and Information Technology.
3. Arachchilage, N. ve Love, S. (2014). Security Awareness of Computer Users: A Phishing Threat Avoidance Perspective, Computers in Human Behavior, 38 (2014): 304–312.
4. Brody, R. G., Haynes, C. M. ve Mejia, H. (2014). Income Tax Return Scams and Identity Theft, Accounting and Finance Research, 3 (1): 90-95.
5. Çakır, K. (2013). 5237 Sayılı Türk Ceza Kanunu’nda Başkasına Ait Kimlik veya Kimlik Bilgilerinin Kullanılması Suçu, Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, https://dergipark. org. tr.
6. Franks, C. ve Smith, G. R. (2020). Identity Crime and Misuse in Australia 2019, AIC Statıstıcal Report, Australian Institute of Criminology.
7. Hekim, H. ve Başıbüyük, O. (2013). Siber Suçlar ve Türkiye’nin Siber Güvenlik Politikaları, Uluslararası Güvenlik ve Terörizm Dergisi, 4 (2):135-158.
8. Hultgren, Andrew J. (2019). A Holistic View of Identity Theft Tax Refund Fraud, University of New Hampshire, Honors Theses and Capstones, 451, https://scholars.unh.edu/honors/451.
9. Insurance Informatian Instıtute (2021). Facts + Statistics: Identity Theft and Cybercrime,
10. https://www.iii.org/fact-statistic/facts-statistics-identity-theft-and-cybercrime.
11. Jorna, P. ve Russell, G. S. (2017). Identity Crime and Misuse in Australia, Australian Institute of Criminology, https://www.aic.gov.au/publications/sr/sr10 (3012.2018).
12. Kom Daire Başkanlığı (2020). 2019 Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Raporu, Emsal Matbaa, 158, Ankara.
13. Lıpnıewıcz, R. (2017). Tax Admınıstratıon And Rısk Management in The Dıgıtal Age, Information Systems in Management, 6 (1) 26-37.
14. Meaders, A. (May 2014). Identity Theft and Refund Fraud, International Journal of Business, Humanities and Technology, 4 (3):13-15.
15. Miller, A. (2020). Identity Theft –Case Studies, https://vpngoup.com/identity-theft-8-case-studies (05.02.2020).
16. Night, S. ve Bananuka, J. (2020). The Mediating Role of Adoption of an Electronic Tax System in the Relationship Between Attitude Towards Electronic Tax System and Tax Compliance, Journal of Economics, Finance and Administrative Science, doi number: 10.1108/JEFAS-07-2018-0066 25(49): 73-88.
17. Nigrine, M. J. ve Peters, J. S. (2018). Identity Theft Tax Refund Fraud: An Analysis of the Fraud Schemes Using IRS Investigation Summaries, Journal of Forensic and Investigative Accounting, 10 (1).
18. North Carolına Department of Informatıon Technology (2021). Avoiding Online Tax Scams, https://it.nc.gov/resources/cybersecurity-risk-management/cybersecurenc/tips/tax-scams (25.11.2021).
19. Poole, B., Corkern, S. ve Hoffman, H. (2018). Prevention and Resolution for Identity Theft: Practical Advice for Individuals, Business Owners and Tax professionals, Business Education Innovation Journal, 10 (01.06.2018).
20. Thorne, B. M. ve Stryker, J. P. (2014). The Dirty Dozen Tax Scams Plus 1, https://www.ship.edu/contentassets.
21. 315 seri no’lu Gelir Vergisi Genel Tebliği: 6.10.2021 tarih ve 31620 sayılı Resmi Gazete.

22. URL 1: Start-Up Yatırımları 1.3 Milyar Doları Aştı, https://www.dunya.com/ekonomi/startup-yatirimlari-13-milyar-dolari-asti-haberi-627950. (13.07.201).
23. URL 2: Ongoing Public US Efforts to Counter Ransomware, https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2021/10/13/fact-sheet-ongoing-public-u-s-efforts-to-counter-ransomware/ (13.11.2021).
24. URL 3: Identity Theft Statistics, https://balancingeverything.com/identity-theft-statistics (21.06.2021).
25. URL 4: Identity Theft in the United States, https://tr.hrvwiki.net/wiki/Identity_theft_in_the_United_States (01.09.2016).
26. URL 5: Siber Dolandırıcıların Yeni Yöntemi: Vergi İadesi Teklifi, https://www.ntv.com.tr/teknoloji/siber-dolandiricilarin-yeni-yontemi-vergi-iadesi-teklifi,8SovoMATGE6mfju7BO_emg. (29.08.2019).
27. URL 6: States that Delay Tax Refunds to Prevent Identity Theft, https://portalfamososbr.com/tr/pages/7186-states-that-delay-tax-refunds-to-prevent- identity-theft.
28. URL 7: Siber Saldırı Bilançosu; 2025'te Dünyanın En Büyük 3. Ekonomisine Denk Gelecek, https://www.cumhuriyet.com.tr/bilim-teknoloji/siber-saldiri-bilancosu-2025te-dunyanin-en-buyuk-3-ekonomisine-denk-gelecek-1871192 (23.09.2021).
29. URL 8: Bankalar Finansal Suçlarla Mücadelede Yapay Zeka Kullanıyor, https://www.finansgundem.com/haber/bankalar-finansal-suclarla-mucadelede-yapay-zeka-kullaniyor/1535752 (09.12.2020).
30. URL 9: IRS Announces "Dirty Dozen" Tax Scams for 2021, https://www.irs.gov/newsroom/irs-announces-dirty-dozen-tax-scams-for-2021 (28.07.2021).



7.

Family Businesses in Corporate Environment

Dr. Duygu Hidiroglu*

Abstract

In this study; such questions: "Is it possible to achieve success in corporate family business governance in an advanced corporate environment where informal corporate practices and informal corporate environment are well regulated?" are discussed. Besides the study argues that informal corporate practices and weak government policies and weak property rights practices negatively affect family business governance. in order to support the assumptions of the study, institutional incentives in the economy and deficiencies in practices are mentioned. in addition, recent studies that conclude vital insights and useful contributions confirm the assumption that informal corporate practices and weak government programs negatively affect the corporate governance of family businesses.

This study complements the relatively sparse empirical literature on improving corporate governance of family businesses and ensuring the sustainability of the success of corporate family business operations in the corporate environment. Therefore, in the study, it is aimed to evaluate the negativities of the informal corporate environment and the factors that may have a negative impact on corporate family business management decisions, such as the effects of weak property rights practices on the functioning of corporate governance.

In the study, evaluations are resulted in there is a high impact of the institutional factors

---

***Assistant Professor, Mersin University, Faculty of Tourism.**

on the corporate governance motivation of family businesses. By regulating the corporate environment with various government policies that support managers, it will be easier for family businesses to take corporate governance decisions to eliminate corruption. Further the success rate of corporate governance decisions of family businesses will increase.

Key Words: Corporate Environment, Family Businesses, Social Relations in Family Businesses, Property Rights, Corporate Governance, Corporate Practices.

Introduction

Family businesses are the core values of economies. The organizational structure of most family businesses is similar to a learning organization structure. Family business organizations organize their activities and strategies to adapt to the opportunities and constraints in the formal and informal institutional environment. Generally, the regulations set by official institutions for family businesses and the rules set by governments are designed to reduce the switching costs of family businesses and to facilitate transaction costs. At the same time, these institutions can significantly influence individuals or groups when making decisions to carry out business activities.

Although institutions are structures that provide incentives for the activities of family businesses in different types of economic activity, they can be a deterrent for business owners in some cases. For example, when the formal rules are not fully implemented by the institutions, that is, if the individuals working in the institutions violate the rules for their own private interests. It cannot be said that the institutions operate in favor of family businesses and therefore in the interest of social welfare. Sarbah and Xiao, (2015) argued with a similar logic to this view, but in institutional environments in an economy where cultural values do not degenerate, practices that promote family business governance can function regularly. in a strong corporate environment where current regulations and audits are successfully implemented, corporate governance success in family businesses is brought to high levels.

In this study, informal corporate practices and inadequate government policies encountered in the management of corporate family businesses will be evaluated. As a result of the literature search, it has been observed that there are many studies supporting this inference. Most of the studies in the literature confirm the assumption that informal corporate practices and weak government programs negatively affect the corporate governance of family businesses. in the study, evaluations are resulted in there is a high impact of the institutional factors on the corporate governance motivation of family businesses. By regulating the corporate environment of family businesses with various government policies that support managers and by eliminating corruption; it is observed that it will be easier for family businesses to take corporate governance decisions. Further the success rate of corporate governance decisions of family businesses will increase.

1. Corporate Governance

Corporate governance is basically the application of new understandings developed by institutions designed to control or discipline the behavior of managers in enterprises to improve

the management of enterprises. There are four main sub-areas of corporate governance: Manager compensation, power distribution within the organization, the concept of authority in senior managers and institutionalized competition in the main areas of businesses (Arena, Catuogno and Moscariello, 2020).

Corporate governance, with its general definition, is the whole of business management practices that enable companies to assume the responsibility of managing and controlling their business fairly to their stakeholders (Khan, 2011). However, for successful corporate governance, certain quality standards must be established in business management processes. The responsibility for establishing and monitoring quality management can be undertaken voluntarily by the boards of directors of companies, or by the leadership of external regulatory stakeholders such as consulting companies, or both. Another important issue concerning the scope of corporate governance is to determine who are the internal and external stakeholders that businesses should be responsible for and their obligations (Adiloglu and Vuran, 2012).

2. Corporate Governance and Family Businesses

In the concerning literature, the main features that distinguish most of the family businesses from other businesses are identifying opportunities, benefiting from small and large businesses in the market, combining limited resources efficiently and effectively while managing all business processes (Sarbah and Xiao, 2015). Family business managers are the people who make the opportunities functional, that is, the discovery, evaluation and use of new products and services or production processes (Lambrecht, 2005). Family business owners plan new strategies for products and inputs that did not exist before and create organizational structures suitable for new markets (Brenes, Madrigal and Requena, 2011).

Corporate governance is also of great importance for family businesses, as it forms a conceptual basis of business structure that defines accountability. Although there are many studies in the literature examining the relationship between corporate governance and many disciplines: There is almost no research to understand the relationship between corporate governance and accountability in family businesses. in order to eliminate this deficiency, in this study, the contributions of successful corporate governance and accountability in family businesses will be discussed. The elements of corporate governance concepts in family businesses, how corporate governance differs from other businesses in practice, and what a facilitating effect of accountability through governance are discussed.

For successful corporate governance in a family business, management requires to establish a family learning and development committee, develop and execute management training programs, prepare annual personal development plans, and family employment policy, etc. By developing company-specific policies, family member employees and managers should be included in learning and development programs (Cucculelli and Bettinelli, 2016).

The concept of family symbolizes tight individual ties based on trust relationships. While these ties provide an advantage to protect the interests of family businesses against undesirable attitudes and behaviors, and as a result of this trust relationship (Cristiano, 2018), which forms

the basis of moral integrity, they also ensure that audit costs are low in family businesses. in other words, developing trust-based bonds in family businesses provides businesses with a competitive advantage based on trust in corporate governance mechanisms (Sundaramurthy, 2008).

However, in family businesses, where the transfer from generation to generation takes place over time, the degree of closeness between relatives decreases, making it difficult to develop trust-based ties. With the evolution of family businesses in the process, different subsystems are established and changes in the relationships of new family members involved in these systems can eliminate the advantages gained in the past based on trust (Dawson and Parada, 2019). For this reason, over time, there are situations such as a decrease in business success, an increase in cost items and the emergence of weak property rights with the diversification of delegation of authority in family businesses (Bhaumik et al., 2019).

The basic governance structures in a corporate family business include 1) the family council, 2) the family council, 3) a separate ownership council or forum, 4) the board of directors and advisory board (Neubauer and Lank, 2016).

3. Property Rights Practices and Family Businesses

At the top of the constitutional practices accepted as the backbone of official institutional policies from the levels included in the hierarchy of institutions model (Foreman and Whetten, 2002). It refers to the degree to which laws are put into practice and to protect these rights (Ward, 2016: 37-40).

It is possible to talk about the existence of strong property rights practices in economies where the rule of law is felt (Stewart and Hitt, 2012). Thus, as most government policies recognize the rule of law, recent institutional research has focused on examining institutional practices that enable the enforcement of rights and property rights due to certification, and examining other legal contracts based on property rights and their impact on property rights (Ward, 2016: 41-45).

In this study; such questions: "Is it possible to achieve success in corporate family business governance in an advanced corporate environment where informal corporate practices and informal corporate environment are well regulated?" are discussed. Besides the study argues that informal corporate practices and weak government policies and weak property rights practices negatively affect family business governance. in order to support the assumptions of the study, institutional incentives in the economy and deficiencies in practices are mentioned, and in addition, current studies of researchers who have made important contributions to the literature are used to examine the effects of institutional structures on corporate family business activities and the development of corporate governance of family businesses.

This study complements the relatively sparse empirical literature on improving corporate governance of family businesses and ensuring the sustainability of the success of corporate family business operations in the informal corporate environment (Cucculelli, Bettinelli, 2016:94-95). Therefore, in the study, it is aimed to evaluate the negativities of the informal

corporate environment and the factors that may have a negative impact on corporate family business management decisions, such as the effects of weak property rights practices on the functioning of corporate governance.

In many developing economies, the legal systems necessary to punish counterfeiters of a product or discovery are either insufficient or non-existent due to the lack of strong enforcement of property rights. Weak property rights practices in such countries put the intellectual property rights of foreign investments at risk. Because existing allocation and ownership methods, such as patents or privacy rights, do not work effectively in these countries, it is very easy to imitate (Lumpkin et al., 2011). The adverse conditions brought about by such weak property rights practices force managers to develop new strategies to protect their family companies' intellectual property rights.

Family businesses have similar risks to other businesses when it comes to poor property rights practices. The most important constraints on family business investments are weak property rights and limited access to external finance. Studies on family businesses in many countries show that although the bank loans required for investors in the countries are available and sufficient, businesses do not prefer to use their profits for new investments due to weak property rights. in countries with strong property rights, the situation is quite the opposite. Businesses are willing to use their profits from their investments in other new investments. in short, weak property rights are an obstacle to new investment from retained earnings (Almeida and Wolfenzon, 2006).

In the weak formal institutional environment, which is one of the institutional environments of the economies, it is frequently stated in most studies in the literature that family businesses cannot develop sufficiently in terms of corporate governance (Adair and Adaskou, 2015). The inadequacy of the enforcement of property rights is another institutional obstacle to family business management today (Adair and Adaskou, 2015).

The relationship of family businesses with institutional structure and regulations is quite complex (Ward, 2016). While family businesses turn the strong property rights into an opportunity in strong economies where the institutional structure is regular, it is observed that family businesses suffer a lot due to the high level of corruption in underdeveloped economies and this situation leads to failures in the corporate governance of family businesses (Hoskisson et al., 2000).

4. Informal Corporate Practices and Family Businesses

Informal corporate practices are widely observed in many countries. So much so that people who engage in unofficial corporate practices repeat these behaviors, giving the institution a negative identity and causing individuals and businesses to create a negative perception about the institution. This etc. of individuals who prefer to develop business with the institution in informal corporate practices from external stakeholders due to having no any other alternatives, loose their dignity and the negative perception about the institutional practices could be arisen.

Informal corporate practices undermine the foundations of institutional security necessary

for the development of family businesses in the corporate environment (Caffarena, 2014). Informal institutional practices include behaviors where public officials violate the rules of the institution for their own personal interests by abusing their duties and cause the loss of trust in public officials and the institution (Berrone et al., 2020). The fact that informal corporate practices present unreliable and uncertain environmental conditions to businesses negatively affects the success of corporate family business governance decisions (Astrachan, 2010).

Institutional organizational structures in which informal institutional practices take place pave the way for some family business managers to provide them with special benefits in return for a certain price, and the authorities of the institution cause unfair competition by allowing this unofficial exception (Caffarena, 2014). in a way, institution officials institutionalize informal practices and lead to the formation of various undeserved expectations of family businesses in this regard (Berrone et al., 2020).

Recently, it has been observed that companies with management systems that are closely integrated with information and advanced communication technologies in the global economy are more successful in their activities compared to others. Relating with this, informal institutional practices, which are increasingly dominant especially in international economies, but which are difficult to define, such as property rights, and the inadequacy in the conditions and practices of their trade, have come to the fore frequently (Kogut, 2003).

It is possible to discuss about informal corporate practices and weak property rights practices when the terms of use related to accessing intangible assets are not clearly stated and commercial rights are not clearly defined. The trade-off between the benefits of open access on the Internet and the stimulating effects of enhanced property rights depends both on a business' strategy to secure its property rights, and on the degree of protection of the corporate environment and the law (Adair and Adaskou, 2015). When businesses discover innovative ways to charge their intangible assets, they can strengthen their unique economic property rights by avoiding the negative impact of informal corporate practices.

The complexity that has emerged in corporate governance practices in economies in recent years is because of innovative and independent contract arrangements specific to many possible businesses, and different independent processes developed for the protection of intellectual property rights. It is expected that the establishment of a single standard practice, which will prevent informal corporate practices for all businesses, rather than the use of individualized contracts by businesses, will facilitate the successful implementation of corporate governance (Wang, Reimsbach and Braam, 2018). These new standards to be decided should cover much more than patent and copyright applications. Facilitating law is an effective solution recommended for the protection and promotion of both institutions and businesses.

Adair and Adaskou, (2015) emphasized the importance of the relationship between corporate governance development in family businesses and corporate practices and property rights practices. Hoskisson et al., (2000), on the other hand, experimentally investigated the effect of the corporate environment on the corporate governance of family businesses by comparing many emerging economies and the Russian economy. The study, which has

extensive literature research emphasizing different aspects of the institutional environment in the Russian economy, argues that family businesses have lower success rates than countries with a strong corporate environment compared to economies characterized by high levels of informal corporate practices and weak legal rules.

In a weak corporate environment; decisions to establish a new and successful business are negatively affected due to inadequate social environment and limited opportunities of individuals (Rahim and Alam, 2014). in other words, when compared to family members with strong social circles, family members with weak social relations are more disadvantaged in dealing with informal institutional practices and inadequate government policies, establishing a new family business or continuing the family business (Liu, Eubanks and Chater, 2015).

5. Social Relations and Corporate Practices of Family Businesses

Developing social relationships can help family businesses cope with the negative effects of informal institutional factors. in addition to developing social relations, it is possible to encourage successful corporate governance practices of family businesses by implementing government regulations that will ensure strong property rights (Astrachan and Jaskiewicz, 2008). Indeed, Liu, (2021) stated in their research that social relations help to eliminate some institutional deficiencies and inaccuracies.

Fertig, (2018) argues that it is possible to reduce the negative impact of informal corporate practices on the corporate governance of family businesses by developing strong social relations between family members and individuals in the business environment. Singer, (2008), on the other hand, states that problem solving with the help of social relations is only possible for family members who grow up in the environment called the upper class. on the other hand, in another study, it is pointed out that it is very difficult to create alternative mechanisms to develop strong and weak social relations for individuals who do not have an elite environment, and to obtain the necessary resources such as information, finance and labor to overcome bureaucratic obstacles by making use of social relations (Luo and Junkunc, 2008).

Neubauer and Lank, (2016) describe a successful corporate governance practice in family businesses as the institutionalization of a part of the social relations of family members for a new family business. Sarbah and Xiao, (2015) state that social relations are very important for the provision of resources such as knowledge, capital and equipment, and for family businesses to develop their ability to explore and seize opportunities in the environment. Liu, (2021), on the other hand, defines establishing social relations between individuals and companies as the main factor enabling family businesses to recognize the necessary opportunities to develop corporate governance skills. Stewart and Hitt (2012), on the other hand, concluded in their study that family business managers, unlike other business managers, should be more careful in perceiving the opportunities around them and that family business managers and employees who develop social relations are more successful in seizing opportunities because their perceptions are more open. in short, it has been observed that family businesses with strong social relations identify much more opportunities than family businesses that do not (Colli, 2003).

In the literature, there are many studies suggesting that the closer and stronger the social relations of individuals in family businesses with each other and with the individuals around them, the more competitive advantage they will provide to family businesses in terms of corporate governance (Liu, 2021). in some cases, there are studies that suggest that weak social relations and connections, which are full of faults called "structural problems", provide a competitive advantage for the success of family businesses corporate governance (Colli, 2003). For example, Neubauer and Lank, (2016) conclude in their study that the number and frequency of the problems and communication weaknesses experienced by individuals in family businesses in their social relations are directly proportional to the number of environmental opportunities discovered by family businesses.

In summary, as a result of the examination of considerable field studies on family businesses; there is a crucial opinion that emphasizes the possiblity to eliminate the negative effects of informal institutional practices by especially with the strong social relations established by individuals and managers in family businesses. This mainly and positively affects the success of family businesses (Fertig, 2018). At the same time, it has been concluded that the success of corporate governance in family businesses will increase in economies dominated by a strong corporate environment where government policies strengthened by property rights practices are successfully implemented (Colli, 2003).

Based on increase in the importance of corporate family business management in politics and economy, business owners and managers need a solid market base to motivate decision makers (Ward, 2016). Many studies offer policy makers suggestions to eliminate the uncertainties and obstacles in the institutional environment of family businesses and lay the groundwork for developing policies that will promote the success of corporate governance of family businesses. in the study of Sarbah and Xiao (2015) propose an important conceptual framework for family businesses to establish a suitable and solid foundation for family business corporate governance. With a holistic approach in their work, they focus on the corporate environmental factors that hinder the corporate governance success of family businesses and motivate successful management, and examine the performance of the family business manager and the consequences of this performance on the economy as a whole.

Sarbah and Xiao (2015) focused on five basic factors that support the success of governance in corporate family businesses: government regulations, market situation, financial structure, technological infrastructure and human capital. in the study, it is argued that in order to increase the number of successful corporate family businesses, it is necessary to develop factors such as government regulations that set rules for corporate practices, and sub-factors such as corporate structure, property rights practices, family business access to initial capital and special tax regulations for family businesses.

Conclusion

This study deals with family business management from an institutional perspective. in the study, informal institutional practices and inadequate property rights practices, which are thought to be the institutional reasons for the failure of corporate governance in family businesses, were evaluated. By regulating the environment of individuals and managers in family businesses with various government policies that support these individuals, and eliminating most, if not all, of informal institutional practices; It has been seen that individuals who aim to establish a new family business will facilitate their decision to establish a family business. It has been concluded that the most rapid elimination of the negative effects of informal institutional practices and weak property rights on the corporate governance of family businesses can only be achieved by developing social relations between individuals and businesses.

While the rule of law, strong and reliable property rights practices and strong constitutional institutions increase the success of corporate governance in family businesses; Weak institutional environments and informal market conditions and practices are barriers to successful family businesses' participation in the economy. When the property rights of individuals and businesses are protected, a fair and balanced judiciary is ensured, contracts are duly enforced, the government's ability to transfer wealth through taxation and regulation is enhanced, and it provides effective constitutional limits; The negative impact of inefficient political and legal practices is diminishing. The cost required for the activities of family businesses decreases and the corporate governance success of family businesses increases with the strong social connections developed as a result of trust-based relationships between family members.

References

1. Adair, P., & Adaskou, M. (2015). Trade-off-theory vs. pecking order theory and the determinants of corporate leverage: Evidence from a panel data analysis upon French SMEs (2002–2010). Cogent Economics & Finance, 3(1), 1006477.
2. Adiloglu, B., & Vuran, B. (2012). The relationship between the financial ratios and transparency levels of financial information disclosures within the scope of corporate governance: evidence from Turkey. Journal of Applied Business Research (JABR), 28(4), 543-554.
3. Almeida, H. V., & Wolfenzon, D. (2006). A theory of pyramidal ownership and family business groups. The journal of finance, 61(6), 2637-2680.
4. Arena, C., Catuogno, S., & Moscariello, N. (2020). The unusual debate on non-GAAP reporting in the current standard practice. The lens of corporate governance. Journal of Management and Governance, 1-30.
5. Astrachan, J. H., & Jaskiewicz, P. (2008). Emotional returns and emotional costs in privately held family businesses: Advancing traditional business valuation. Family business review, 21(2), 139-149.
6. Astrachan, J. H. (2010). Strategy in family business: Toward a multidimensional research agenda. Journal of Family Business Strategy, 1(1), 6-14.
7. Berrone, P., Duran, P., Gómez-Mejía, L., Heugens, P. P., Kostova, T., & van Essen, M. (2020). Impact of informal institutions on the prevalence, strategy, and performance of family firms: A meta-analysis. Journal of International Business Studies, 1-25.
8. Bhaumik, S., Driffield, N., Gaur, A., Mickiewicz, T., & Vaaler, P. (2019). Corporate governance and MNE strategies in emerging economies. Journal of World Business, 54(4), 234-243.
9. Brenes, E. R., Madrigal, K., & Requena, B. (2011). Corporate governance and family business performance. Journal of Business Research, 64(3), 280-285.

10. Caffarena, L. C. (2014). Developing corporate governance practices in the family business: From informal to formal institutional factors. Sociedad y utopía: Revista de ciencias sociales, (44), 229-244.
11. Colli, A. (2003). The history of family business, 1850-2000 (No. 47). Cambridge University Press. 10 (1), 17-45.
12. Cristiano, E. (2018). Internationalisation and corporate governance in family businesses: a case study. International Journal of Business Performance Management, 19(1), 75-86.
13. Cucculelli, M., & Bettinelli, C. (2016). Corporate governance in family firms, learning and reaction to recession: Evidence from Italy. Futures, 75, 92-103.
14. Dawson, A., & Parada, M. J. (2019). Corporate governance in family businesses across generations: Exploring intergenerational issues. in The Palgrave handbook of heterogeneity among family firms (pp. 115-139). Palgrave Macmillan, Cham.
15. Fertig, C. (2018). Stem families in rural northwestern Germany? Family systems, intergenerational relations and family contracts. The hisTory of The family, 23(2), 196-217.
16. Foreman, P., & Whetten, D. A. (2002). Members' identification with multiple-identity organizations. Organization science, 13(6), 618-635.
17. Hoskisson, R. E., Eden, L., Lau, C. M., & Wright, M. (2000). Strategy in emerging economies. Academy of management journal, 43(3), 249-267.
18. Khan, H. (2011). A literature review of corporate governance. in International Conference on E-business, management and Economics. 25, (1), 1-5.
19. Kogut, P. C. B. M. (2003). Corporate governance and capital flows in a global economy (Vol. 1). Oxford University Press, USA. 2 (1), 53-83.
20. Liu, C., Eubanks, D. L., & Chater, N. (2015). The weakness of strong ties: Sampling bias, social ties, and nepotism in family business succession. The Leadership Quarterly, 26(3), 419-435.
21. Liu, F. (2021). Family business succession roadblock model based on fuzzy linguistic preference relations. The North American Journal of Economics and Finance, 55, 101255.
22. Lumpkin, G. T., Steier, L., & Wright, M. (2011). Strategic entrepreneurship in family business. Strategic Entrepreneurship Journal, 5(4), 285-306.
23. Luo, Y., & Junkunc, M. (2008). How private enterprises respond to government bureaucracy in emerging economies: The effects of entrepreneurial type and governance. Strategic Entrepreneurship Journal, 2(2), 133-153.
24. Neubauer, F., & Lank, A. G. (2016). The family business: Its governance for sustainability. Springer. 2 (1), 56-211.
25. Rahim, M. M., & Alam, S. (2014). Convergence of corporate social responsibility and corporate governance in weak economies: The case of Bangladesh. Journal of Business Ethics, 121(4), 607-620.
26. Sarbah, A., & Xiao, W. (2015). Good corporate governance structures: A must for family businesses. Open Journal of Business and Management, 3(01), 40.
27. Singer, J. W. (2008). Property and social relations. in Entitlement (pp. 95-139). Yale University Press. 95-139.
28. Sundaramurthy, C. (2008). Sustaining trust within family businesses. Family business review, 21(1), 89-102.
29. Stewart, A., & Hitt, M. A. (2012). Why can'ta family business be more like a nonfamily business? Modes of professionalization in family firms. Family Business Review, 25(1), 58-86.
30. Wang, Z., Reimsbach, D., & Braam, G. (2018). Political embeddedness and the diffusion of corporate social responsibility practices in China: A trade-off between financial and CSR performance?. Journal of Cleaner Production, 198, 1185-1197.
31. Ward, J. (2016). Perpetuating the family business: 50 lessons learned from long lasting, successful families in business. Springer. 3 (1), 36-94.



8.

An Econometric Model Study on the Economic Determinants of Youth Unemployment at the Regional Level in Turkey

Esra Gözde Eren*

Dr. Ayşe Esra Peker**

Dr. Sema Yaşar***

Abstract

The employment structure of the country's economies and the size of unemployment rate are accepted as an important indicator of the level of development and social development of economies. Regardless of their level of development, even if the reason for unemployment differs from country to country, this phenomenon continues to be at the center of economic and political debates. Youth unemployment can be caused by globalization, the general problems brought by the age of information and technology as well as the problems created by the internal dynamics of the labor market. in the study, which starts from this point, youth unemployment within the scope of NUTS-2 region was modeled with panel data analysis. in the study, the youth unemployment rate as dependent variable, the real gross domestic product (GDP) as independent variable; the inflation rate, the share of fixed capital investments in gross domestic product (GDP) and the cohort effect of the share of the young workforce in the total workforce is included in the model as explanatory variables. The

***Şirnak University, Graduate Education Institute.**

****Assistant Professor, Firat University, Faculty of Economics and Administrative Sciences.**

*****Assistant Professor, Şirnak University, Faculty of Economics and Administrative Sciences.**

data set of the study consists of data for the years 2004-2019 at the Statistical Region Units Classification-2 (IBBS-2) level, and the data were obtained from the Regional Statistics of Turkish Statistical Institute (TUIK). According to the results obtained, it has been concluded that Okun's Law is not valid in the short run in Turkey, that there is no inverse relationship between inflation and unemployment in the short run according to the Phillips curve, and the increase in the share of young labor force in the total labor force increases youth unemployment even more. According to the findings, it has been determined that only in Harrod-Domar growth models, the increase in fixed investments has a decreasing effect on youth unemployment rates through production and its direction is negative, as expected, in accordance with the theory.

Keywords: Youth Unemployment, Panel Data Analysis, NUTS-2 Regions, Turkey

Introduction

The ongoing unemployment problem in Turkey since the 1950s has a huge importance in social and economic development. Unemployment is one of the main macroeconomic problems of modern-day, and young people are one of the most affected groups by this problem. The problem of youth unemployment is one of the leading economic problems not only in Turkey but also in many developed and developing world countries. The International Labor Organization (ILO) and the United Nations (UN) define people between the ages of 15-24 as young. The inability to employ the labor force in this age group is defined as youth unemployment. There are many factors that affect youth unemployment: Factors such as the lack of experience of young people and the fact that young people do not have the desired qualifications in the market increase youth unemployment (Erdayi, 2009:134).

The main purpose of this study is to investigate the effect of macroeconomic factors affecting youth unemployment within the scope of NUTS-2 region in Turkey. in particular, the effect of economic growth, inflation and fixed capital investments on youth unemployment in the 2004-2019 period is analyzed. The findings to be obtained as a result of econometric analyzes will be evaluated by considering the unique economic structures of the region. Due to the Covid-19 epidemic, unemployment has become the most important economic problem all over the world. The primary problem of all economies, especially the USA and European countries, is to eliminate the unemployment problem created by the epidemic. in the study, youth unemployment within the scope of NUTS-2 region was modeled with panel data analysis. in the study, youth unemployment rate as dependent variable, real gross domestic product (GDP) as independent variable; inflation rate, the share of fixed capital investments in gross domestic product (GDP) and the share of young labor force in total labor force are included in the model as explanatory variables. The data set of the study consists of data for the years 2004-2019 at the Statistical Region Units Classification-2 (NUTS-2) level, and the data were obtained from the Regional Statistics of Turkish Statistical Institute (TUIK).

Literature Review Aand Econometric Model

Literature Review

In this section, the international and national literature on the subject discussed in the study is summarized.

Akhtar and Shahnaz (2005), empirically examined the determinants of youth unemployment for Pakistan using the data for the period of 1991-2004, and it was determined that there was a negative relationship between youth unemployment and economic growth. in addition, it has been concluded in the study that while public sector investments have an increasing effect on youth unemployment, private sector investments have a reducing effect on youth unemployment. in another study by Arpaia and Curci (2010), a broad analysis of labor market regulations in terms of unemployment, working hours and wages was made for European Union countries after the 2008-2009 economic recession and it was emphasized that there was a great increase in youth unemployment rates after the great recession. in the study conducted by Aydos and Toker (2021), a generalized ordinal logit model of youth unemployment according to education levels was made in order to determine the factors affecting youth unemployment according to education levels in Turkey during the 2014-2016 period. in the study, the dependent variable is youth unemployment, and as independent variables, demographic factors such as gender, marital status, region, living in the city of birth, as well as job search channels such as applying to the employer, asking relatives, applying to İŞKUR and applying for private employment, and work experience variables were included in the model. According to the results of the analysis, only the channel of asking for a job from their relatives contributes positively to youth unemployment. Educated youth living in the province where they were born and having a certain social environment are less likely to be unemployed than others, while educated youth living in developed regions are more likely to be unemployed. in addition, it was concluded that women are more likely to be educated young unemployed than men, and married people are less likely to be educated young unemployed than singles.

In another study conducted by Bayrak and Tatli (2016), they analyzed whether higher education enrollment rate, economic growth rate and producer price index (PPI) affect youth unemployment for Turkey between 1988-2014 using the Extended Dickey-Fuller unit root test (ADF) and ARDL limit test. According to the results obtained, it was concluded that while higher education enrollment rate and producer price index (PPI) had a statistically significant and negative effect on youth unemployment, economic growth had a statistically insignificant and negative effect on youth unemployment. in the study conducted by Caporale and Gil-Alana (2014), the economic determinants of youth unemployment in 15 European countries for the period 1980-2005 were examined. in the study, which examined the relationship between gross domestic product (GDP), youth unemployment rate and inflation among the variables, within the framework of fractional cointegration analysis with long-memory and autoregressive models, they concluded that there is a significant long-term relationship between inflation, gross domestic product (GDP), and youth unemployment. in the study conducted by Choudhry vd. (2010), the relationship between unemployment and financial crises was discussed with

panel data analysis using the data between 1980-2005 for 75 countries. It was estimated by the GMM panel regression model that the crisis variable had a positive and statistically significant effect on youth unemployment. in the study conducted by Çondur and Bölükbaş (2014), the relationship between the youth unemployment problem in Turkey, gross domestic product (GDP), and producer price index (PPI) for the period of 2000-2010 was examined with Granger Causality Analysis. According to the findings, it was concluded that there is a causality from youth unemployment to gross domestic product (GDP), and from producer price index (PPI) to youth unemployment and gross domestic product (GDP). It has been stated that any change in gross domestic product (GDP) and producer price index (PPI) in Turkey may directly or indirectly affect youth unemployment.

In the study conducted by Çondur and Şimşir (2017), used the least squares estimation method and time series analysis to investigate the effect of economic growth and education expenditures on youth unemployment between the years 1991-2016 in Turkey, they concluded that an increase in the share of education expenditures in gross domestic product (GDP) increases youth unemployment, while growth in gross domestic product (GDP) reduces youth unemployment. on the other hand, Dagume and Gyekye (2016) investigated the causes of rural youth unemployment in Vhembe district of Limpopo province of South Africa for 2013 in their study. in the study, socio-demographic factors affecting youth unemployment such as gender, age, race, marital status, work experience, geographical location, education level and internship/course education were discussed and they used the binary logistic regression model for the analysis. in the study, they concluded that especially internship/course education and work experience are among the important factors in reducing youth unemployment. in the study conducted by Ekiz and Özel (2020), they wanted to reveal the economic and social factors affecting youth unemployment in Turkey for the period of 2009-2019. The effect of variables such as GDP, imports, exports, immigration, inflation, time required to start a business, literacy rate, net enrollment rate in higher education and youth fertility rate on youth unemployment was first determined by the least squares method. Afterwards, they used Ridge estimator as the second stage due to the multiple interrelationships between the variables. According to the results obtained, it was concluded that while the literacy rate, the time required to start a business, the net enrollment rate in higher education and the youth fertility rate affect youth unemployment positively, other factors affect it negatively.

Göçer and Erdal (2015), in their studies, focused on 18 Central and Eastern European countries, which are above the average of 28 member states of the European Union (EU-28) for the period of 2006-2012. The authors examined the relationship between economic growth and youth unemployment with panel data analysis and cointegration test. They concluded that if the youth unemployment rate in the countries is too high, even economic growth cannot reduce the youth unemployment rate. on the other hand, Gülel and Tunca (2017) wanted to reveal the effect of demographic and economic variables on youth unemployment within the framework of spatial econometrics, with the spatial interaction between regions for 26 different regions within the scope of NUTS-2 for 2015 in Turkey. in the study, which the effects of GDP,

vocational high school enrollment rate, labor force participation rate of those with a lower level of high school education, higher education enrollment rate, CPI, migration rate, young labor force rate, female labor force rate of 15 years and over on youth unemployment were investigated, it has been concluded that the spatial effects of youth unemployment in Turkey are quite strong. Stating that the effects of basic macroeconomic variables on youth unemployment are limited, it was emphasized that the main factors affecting youth unemployment were micro factors, and it was another result emphasized in the study that the knowledge and skills of young people are the other factors affecting young unemployment.

Günaydin and Çetin (2015), using the 1988-2013 period data for Turkey, used the ARDL limit test approach and the Granger causality test based on the vector error correction model to reveal the effects of real income per capita, trade openness, inflation and foreign direct investment on youth unemployment. At the end of the study, while it was determined that real income per capita, trade openness and foreign direct capital had a negative and significant effect on youth unemployment in the long and short term, it was concluded that there was no significant relationship between inflation and youth unemployment in the long and short term. Güney and Cin (2020) investigated the effects of gross domestic product (GDP), foreign direct investments, inflation rate and financial crises on youth unemployment and general unemployment between 1991 and 2016 for Turkey and for many European Union member countries. Panel data analysis was used in the study. The increase in GDP, inflation rate and foreign direct investments negatively affect both general and youth unemployment rates. They found that financial crises increased the general and youth unemployment rates. in the study conducted by İzgi (2012) the relationship between the education element and youth unemployment in Turkey was discussed. The young unemployed who were in and out of education life in the period of 1988-2008 by subjecting them to gender discrimination were analyzed. in the study, using the statistical analysis method, it was concluded that the difference between educated and uneducated unemployed groups was significant.

Kabaklarli and Gür (2011) investigated the effects of economic growth, fixed capital investments, productivity and inflation on youth unemployment with Johansen cointegration analysis using monthly data for the 2005-2010 period for Turkey. The empirical results of the study show that there is a significant long-term relationship between youth unemployment and other variables. While inflation and productivity have a positive effect on youth unemployment in the long term, the effect of economic growth and fixed capital investments on youth unemployment has been determined as negative. Msigwa and Kipesha (2013) investigated the factors affecting youth unemployment in the Tanzanian economy for 2006 with the help of a multiple logistic regression model. According to the empirical results, they concluded that education, geographical location, gender, marital status and abilities significantly explain youth unemployment. Perugini and Signorelli (2010) analyzed the factors affecting youth unemployment by using dynamic spatial panel data analysis by separating the European Union countries as east and west for the 1999-2006 period. It has been concluded that wage management policy has a positive effect on reducing youth unemployment. Sam (2015)

investigated the economic determinants of youth unemployment for the Kenyan economy between 1979 and 2012. Analyzing the relationship between gross domestic product (GDP), external debt, population, foreign direct investment and youth unemployment with the ARDL test, the author concluded that these variables are important economic determinants of youth unemployment in Kenya.

In the study of Sayin (2011), whether education and economic growth had an effect on youth unemployment for the 1988-2010 period in Turkey examined, using the vector autoregressive (VAR) model. in addition to the secondary and higher education enrollment rate, she investigated whether the economic growth rate, which is expressed by the gross domestic product (GDP) growth rate, has an effect on youth unemployment. According to the research, it has been concluded that economic growth and higher education enrollment rates are effective in reducing youth unemployment. Sertkaya and Okur (2016) -using unit root tests, cointegration analysis, vector error correction model and Granger causality analysis in their study- examined the relationships between youth unemployment rate and inflation rate, gross domestic product (GDP) and higher education enrollment rate for both the long and short term in Turkey between 1988 and 2014. They concluded that there is a unidirectional relationship from economic growth, inflation and higher education enrollment rate to youth unemployment. Sönmez and Özerkek (2018) estimated the causes of youth unemployment in 26 different regions of Turkey at the Statistical Region Units Classification-2 (NUTS-2) level for the years 2004-2013 using the Arellano-Bond dynamic panel method, using various macroeconomic and demographic variables. It has been concluded that inflation and relative cohort size affect regional youth unemployment in Turkey, but openness and economic growth do not have a significant effect. in addition, the necessity of considering the characteristics of the regions in the solution of the youth unemployment problem was also emphasized in the study.

Methodology and Dataset

In the study, youth unemployment rate, real GDP, inflation rate, the share of fixed capital investments in GDP and the share of young labor force in the total labor force are used as explanatory variables in the modeling of youth unemployment within the scope of NUTS-2 region. in the panel data analysis, there are data for the years 2004-2019 at the NUTS-2 level, and all data were obtained from regional statistics of the Turkish Statistical Institute (TUIK). in the analyses, the annual frequency data were used after performing the logarithmic transformation.

Explanations of the variables in the model used in the empirical estimation are given in "Table 1.".

Table 1. Explanations of the Variables

Variables	Data	Expected Relationship	Resource of Data
Lyun	Youth Unemployment Rate (ages 15-24) (%)		TUIK
Lgdp	Gross Domestic Product (GDP) per capita (TL)	NEGATIVE	TUIK
Lenf	Inflation rate (%)	NEGATIVE	TUIK
Lprod	Share of fixed investments in real gross domestic product (GDP) (%)	NEGATIVE	TUIK
Lkohort	Regional youth workforce (15-24 years old)/ regional workforce	NEGATIVE	TUIK

In the literature, it is mentioned that there is an inverse relationship between real gross domestic product (GDP) and unemployment, based on Okun's Law (1962). According to Okun's Law, production increases as a result of economic growth and the increase in production causes the need for more labor force. in this context, according to Okun's Law, an inverse relationship is expected between economic growth and unemployment.

Inflation is another variable whose relationship with the youth unemployment rate is discussed in the study. According to the Phillips curve, which reveals the relationship between inflation and unemployment in the literature, there is an inverse relationship between inflation and unemployment in the short term, but in the long term, even if inflation increases, unemployment figures will not exceed the natural unemployment rate.

Another explanatory variable used in the study is the share of fixed investments in real gross domestic product (GDP). in Harrod-Domar growth models, investments are considered as the main condition for increasing production. in this context, it is estimated that the increase in investments will have a decreasing effect on youth unemployment rates through production. The expected relationship in the model is negative, as the increase in fixed investments in economies will result in the employment of more labor force. in other words, in the model established in the study, an inverse relationship is expected between the share of fixed capital in real gross domestic product (GDP) and unemployment.

Another variable used as an explanatory variable in the study is the share of the young labor force at the regional level in the labor force. It is expected that the share of the young labor force in the labor force is negatively correlated with youth unemployment.

The regression model used in the study is given below.

$$lyun_{it}=\beta_0+\beta_1 lgdp_{it}+\beta_2 lenf_{it}+\beta_3 lprod_{it}+\beta_1 lkohort_{it}+u_{it} \quad (1)$$

$$u_{it}=\mu_{it}+v_{it} \quad (2)$$

In equation (2), represents the unobservable unit effect and represents the error terms. describes the constant time effect (Baltagi, 2005: 11).

Empirical Findings

First of all, the descriptive statistics of the variables used in the study and the results discussed are given in Table 2.

Table 2. Descriptive statistics of variables

Variables	Number of observations	Average	Standard errors	Minimum values	Maximum values
Lyun	416	1,645427	0,0755416	1,371068	1,784261
Lgdp	416	4,191253	0,2893870	3,486147	4,938510
Lenf	416	0,971882	0,1231799	0,621176	1,261501
Lprod	416	1,321671	0,2616661	0,619349	2,075190
Lkohort	416	1,662537	0,6377559	1,470701	1,792006

It is decided as a result of various tests whether random effects model, fixed effects model or pooled regression model should be used in the estimation of the model to be used in panel regression estimation. Accordingly, the test results used in the selection of the model are given in Table 3.

As a result of the tests performed, the existence of both unit and time effects in the model was determined. After this point, it is necessary to determine whether the model has fixed or random effects. One of the most important differences between fixed and random effects is that unit effects or time effects are correlated with independent variables. If there is no correlation between them, the random effects model is valid or effective. Here, H0 hypothesis is as follows "There is no correlation between explanatory variables and unit (time) effect", while the alternative hypothesis is "There is correlation between explanatory variables and unit (time) effect.". The specification test developed by Hausman (1978) and the Resistive Hausman test was used to decide whether these effects are constant or random. Since the probability value is less than 0.05 according to both test results, the hypothesis is rejected. in other words, there is a correlation between the explanatory variables and the unit (time) effect according to both test results. Therefore, the appropriate model is the two-way fixed effects model.

Table 3. Estimated Two-Way Fixed Effects Model

	Coefficients	Standard error	t statistics values	Probability values
Lgdp	0,9205193	0,574245	16,03	0,0000***
Lenf	-0,0386683	0,220664	-1,75	0,0810*
Lprod	-0,7038812	0,0235988	-29,83	0,0000***
Lkoy	0,1879719	0,426412	4,41	0,0000***
=0,9541 Number of observations:416 F value:170,58(0,0000)				

After this point, the panel data basic assumptions are tested according to the estimated two-way fixed effects model result. The statistical assumption test results of the two-way fixed effects model are given in Table 4.

Table 4. Test Results Used in Model Selection

	Tests	Statistical values	Probability value
Fixed (Constant) Model	Hausman Test	63,16	0,0000
Coincidental Model		681,60	0,0000
Fixed (Constant) Model	Resistive Hausman test	60,96	0,0000
Coincidental Model		12,48	0,0141
Fixed (Constant) Model	Average VIF value	1,50	
Two Way Fixed Model	Breusch Pagan Cook-Weisberg Test	18,46	0,0000
Two Way Fixed (Constant) Model	Modified Wald Test	553,78	0,0000
Two Way Fixed (Constant) Model	Friedman Test (1937)	25,276	0,4470
Two Way Fixed (Constant) Model	Pesaran Test (2004)	2,147	0,0318
Two Way Fixed (Constant) Model	Frees Test (1995,2004)	5,513	Alpha 0,10:0,1612 Alpha 0,05:0,2116 Alpha 0,01:0,3125
Two Way Fixed (Constant) Model	Durbin Watson Test	0,49297	
Two Way Fixed (Constant) Model	Modified Bhargava et.al. Baltagi-Wu LBI Test	0,74620	

The two-way fixed effects model in Table 4 needs to be interpreted after testing for specification errors. Therefore, from this point on, testing for specification errors began. First, testing for the presence of heteroscedacity was started. As it is known, the existence of heteroscedasticity is tested in econometric analyzes and the variability of variance according to units is tested while the error process is homoscedastic within cross-sectional units. The hypothesis for testing heteroscedasticity with respect to units with the modified Wald test is "variances are homoscedacitic according to units" (Yerdelen Tatoğlu, 2018:221). According to the modified Wald test results in Table 4,   is rejected. in other words, it was concluded that there is heteroscedasticity according to the units.

In the study, in order to determine the presence of autocorrelation in the fixed effects model, the Durbin Watson test, proposed by Bhargava, Franzini and Narendranathan, and the fixed effects model by adding the AR(1) residue to the previous models to obtain the local best invariant test statistics, suggested by Baltagi-Wu, were used. For both test results, probability values were not calculated while only the test statistics were calculated. If the calculated statistical values of both tests are less than 2, the existence of autocorrelation is accepted (Yerdelen Tatoğlu, 2018:226). As seen in Table 4, Durbin Watson Test statistic was calculated as 0.49297264, Modified Bhargava vd Baltagi-Wu LBI Test statistic was calculated as 0.7462072. Since both values are less than 2, it is concluded that there is autocorrelation for the fixed effects model.

One of the basic assumptions of panel data models is that the error terms are independent of each other. However, in many models, it can be seen that there is a correlation between the horizontal sections throughout the units. This situation requires testing the existence of

correlation matrix as in autocorrelation and heteroscedasticity. The Breusch-Pagan Lagrange Multiplier was calculated to test the existence of correlation between units in the fixed effects model and the statistical value was found to be 682.00. According to the results, the hypothesis, which argues that there is no inter-unit correlation, is rejected and it was concluded that there was a correlation. Another test used to test the inter-unit correlation is the Pesaran (2004) test. This test is used to test the correlation between units in case of T<N. Since the probability value of Pesaran (2004) was 0.0318<0.05, the hypothesis was rejected and it was concluded that there was a correlation. Since the probability value of the Friedman (1937) test result, which is another test that tests the correlation between units, is 0.4470>0.05, it is concluded that there is no correlation between the units whose hypothesis could not be rejected. Since the results obtained from both tests gave different results, another test, Frees (1995, 2004) was used.

According to the specification test results, in the model;

1. There is no multicollinearity problem,
2. There is a heteroscedasticity problem,
3. There is an autocorrelation problem,
4. It has been determined that there is a correlation problem between units.

Resistant estimators were used in the estimation of the fixed effects model due to the statistical problems in the estimations. The Driscoll and Kraay estimator, which is resistant to heteroscedasticity, autocorrelation, and inter-unit correlation in pooled least squares, was used and the final model results are given in Table 5.

Table 5. Fixed Effect Model Estimation Results

Variable	Coefficient	Dris/Kraay Standard Error	t statistics values	Probability value
Lgdp	0,6479115	0,0164699	39,34	0,0000***
Lenf	0,0009744	0,0080338	0,12	0,9050
Lprod	-0,6839227	0,0214729	-31,85	0,0000***
Lkoh	0,2388168	0,0762936	3,13	0,0070***
Cons	0,5642017	0,1663349	-3,39	0,0040***
F test:464,95(0,000) =0,7911				

According to the estimation results, while economic growth and the increase in the ratio of young labor force in the total labor force have an increasing effect on youth unemployment, it is seen that the increase in the ratio of fixed investments in gross domestic product (GDP) has a decreasing effect on youth unemployment. When the model is seen as a whole, it is seen that the variables used in the model explained the model at a rate of 79%. It is significant according to the F test results, but it is not statistically significant in the model because only the probability value of inflation is greater than 0.05. According to the model, contrary to the expected relationship between economic growth and unemployment, it is seen that there is a positive relationship. Contrary to expectations, the 1% increase in economic growth increases

the youth unemployment rate by 0.64%. It was concluded that the 1% increase in the ratio of fixed capital to gross domestic product (GDP) decreased the youth unemployment rate by 0.68%. It was concluded that the 1% increase in the ratio of the young labor force in the total labor force increased the youth unemployment rate by 0.23%.

Results

The employment structure of the country's economies and the size of the unemployment figures are accepted as an important indicator of the development and social development levels of the economies. Regardless of the level of development of the countries, even if the reason for unemployment differs from country to country, the phenomenon continues to be at the center of economic and political debates. Youth unemployment can be caused by the general problems brought by the age of globalization, information and technology, and the problems created by the internal dynamics of the labor market. Starting from this point, youth unemployment within the scope of NUTS-2 region was modeled with panel data analysis. in the study, youth unemployment rate as dependent variable; real gross domestic product (GDP) as independent variable; inflation rate, the share of fixed capital investments in gross domestic product (GDP) and the share of young labor force in total labor force are included in the model as explanatory variables. The data set of the study consists of data for the 2004-2019 period at the NUTS-2 level, and the data were obtained from the Regional Statistics of the Turkish Statistical Institute (TUIK). It was aimed to determine the existence and direction of an inverse relationship between real GDP and unemployment, based on Okun's Law (1962); according to the Phillips curve, which reveals the relationship between inflation and unemployment, the existence and direction of the inverse relationship between inflation and unemployment in the short term; in Harrod-Domar growth models, the existence and direction of the increase in fixed investments reducing youth unemployment rates through production. Lastly, it is aimed to determine the existence and direction of the relationship between the share of the young labor force in the total labor force and youth unemployment. According to the results obtained, it has been concluded that Okun's Law is not valid in the short term in Turkey. Also it has been determined that there is no inverse relationship between inflation and unemployment in the short term according to the Phillips curve, and that the increase in the share of the young labor force in the labor force further increases youth unemployment.

Developing effective employment policies has great importance for young people, who are the guarantee of the country's future, in order to enter the labor market quickly. As can be seen from the results obtained, it is possible to talk about the existence of a growth that does not create employment in Turkey. in the study, it was concluded that the number of young people in employment increased the unemployment rate while it was expected to decrease. Based on the results obtained, the fact that the direction of the expected relations is different reveals the inaccuracy of the employment policies implemented. in this context, it is thought that it is necessary to develop a high value-added education system in higher education institutions, to expand the understanding of entrepreneurial universities, to develop intermediate staff training programs, and to develop employment guaranteed employment funds based on the vocational

education certification system within the scope of İŞKUR. It is thought that increasing the effectiveness of the distance education platform, which was introduced during the pandemic, and improving the education system in this direction can be an important policy tool within the scope of combating youth unemployment.

KAYNAKÇA

1. Akhtar, S. ve Shahnaz, L. (2005). Understanding the Youth Unemployment Conundrum in Pakistan: Preliminary Empirical Macro-Micro Analysis. Discussion Paper Series No. 4, Center for Research on Poverty Reduction and Income Distribution, Islamabad.
2. Arpaia, A. ve Curci, N. (2010). EU Labour Market Behaviour During The Great Recession. Economic Papers, (405), s.1-51
3. Aydos, M. ve Demir, Y. D. D. Ç. (2021). Eğitim Seviyelerine Göre Genç İşsizliğinin Ekonometrik Analizi: Türkiye Örneği. İzmir İktisat Dergisi , Cilt: 36, Sayi: 1 109-126 . DOI: 10.24988/ije.202136108
4. Bayrak, R. ve Tatli H. (2016). Short and Long Term Analysis of Some Factors Effecting Youth Unemployment İn Turkey. Theoretical and Applied Economics, 3(608), s.229- 242.
5. Caporale, G. M., & Gil-Alana, L. (2014). Youth Unemployment İn Europe: Persistence and Macroeconomic Determinants. Cesifo Working Paper, 4696(4), s.1-19.
6. Choudhry, M. T., Marelli, E. ve Signorelli, M. (2010). Youth Unemployment and the Impact of Financial Crises. This Paper Were Presented at the 11th bi-annual EACES Conference, University of Tartu, Estonia, August 26-28, s. 1-15.
7. Çondur, F. ve Bölükbaş, M. (2014). Türkiye'de İşgücü Piyasasi ve Genç İşsizlik Büyüme İlişkisi Üzerine Bir İnceleme. Amme İdaresi Dergisi, 47(2), s.77-93.
8. Çondur, F. ve Şimşir, N. C. (2017). Türkiye'de Eğitim Harcamalari, Ekonomik Büyüme Ve Genç İşsizlik İlişkilerinin Analizi. The Journal of International Scientific Researches, 2(6), s.44-59.
9. Dagume M. A., ve Gyekye, A. (2016). Determinants of Youth Unemployment İn South Africa: Evidence From The Vhembe District of Limpopo Province. Environmental Economics, 7(4), s.59-67.
10. Ekiz, F. M. ve Örk Özel, S. (2020). Genç İşsizliğini Belirleyen Unsurlar: Türkiye Örneği. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 19 (39) , 1022-1045 . DOI: 10.46928/iticusbe.768646
11. Erdayi, A. (2009). Dünyada Genç İşsizliği Sorununun Çözümüne Yönelik Ulusal Politikalar ve Türkiye. Çalişma ve Toplum Dergisi, s.133-161.
12. Gülel, F. E. ve Tunca, H. (2017). Investigation of youth unemployment in Turkey with spatial interaction. S. Koç, A. Orhan & M. Ç. Gözen (Ed.) Unregistered Employment .s. 108-118.
13. Günaydin, D. ve Çetin, M. (2015). Genç İşsizliğin Temel Makro Ekonomik Belirleyicileri: Ampirik Bir Analiz". Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22, s.17-34.
14. Güney, K. ve Cin, F. (2020). Avrupa Birliği Ve Türkiye'de Genç İşsizliğinin Belirleyicileri: Panel Veri Analizi. ÇAKÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(1), s. 232- 252.
15. Göçer, İ. ve Erdal, L. (2015). The Relationship Between Youth Unemployment And Economic Growth İn Central And Eastern European Countries: An Empirical Analysis. Çankiri Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5(1), s.173- 188.
16. İzgi, B. B. (2012). Genç İşsizliği Ve Eğitim İle Olan İlişkisi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 11(41), s. 295-310.
17. Kabaklarli, E. ve Gür, M. (2011). Türkiye'de Genç İşsizlik Sorunu ve Ekonomik Belirleyicilerinin Uzun Dönem Eş-Bütünleşme Analizi. 14. Uluslararasi İktisat Öğrencileri Kongresi.
18. Msigwa, R. ve Kipesha, E. F. (2013). Determinants of Youth Unemployment in Developing Countries: Evidences from Tanzania. Journal of Economics and Sustainable Development, 4(14), s. 67-77.
19. Perugini, C. ve Signorelli, M. (2010). Youth Labour Market Performance İn European Regions. Economic Change And Restructuring, 43(2), s. 151- 185.
20. Sam, S. O. (2015). Modelling Economic Determinants of Youth Unemployment İn Kenya. Unpublished

Postgraduate Thesis. University of Nairobi, Kenya.

21. Sayin, F. (2011). Türkiye'de 1988-2010 Döneminde Eğitim Ve Büyümenin Genç İşsizliğine Etkisinin Analizi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(4), s.33-53.
22. Sertkaya, Y. ve Okur, A. (2016). Türkiye'de Genç İşsizliğinin Belirleyicilerine Yönelik Ekonometrik Bir Analiz. Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3, s.155-168.
23. Sönmez, F. D. ve Özerkek, Y. (2018). Türkiye'de Bölgesel Genç İşsizliğin Belirleyicileri. Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 40(2), s.297- 318.
24. Yerdelen Tatoğlu, F. (2018). Panel Veri Ekonometrisi, İstanbul, Beta Yayinlari.
25. Yerdelen Tatoğlu, F. (2018). İleri Panel Veri Analizi, İstanbul, Beta Yayinlari.



9.

The Effects of Organizational Identification and Perceived Organizational Stress on Work Performance

Dr. Gökben Bayramoğlu*
Emre Uysal**
Ahmet Karki***

Abstract

Organizational identification has recently been considered as one of the remarkable issues in both organizational studies and human resources research. The reason for this is that organizational identification is considered as a key psychological state that explains the bond between the individual and the organization, and therefore it has the feature to illuminate important attitudes and behaviors in the employee-organization relationship. in other words, social groups such as organizations, schools, and work teams not only reflect the characteristics of the outside world, but also contribute to a person's sense of self by being internalized by individuals. Therefore, membership in an institution provides greater participation and cooperation when it becomes important to the individual.

Recently, various authors have used the organizational identity approach as a variable in understanding the process of job stress, employee health, and thus job performance. Organizational identity is related to stress both directly and indirectly. Its direct effect helps

***Assistant Professor, Hitit University, Faculty of Economics and Administrative Sciences.**

****Ph.D. Student, Hitit University, Faculty of Economics and Administrative Sciences.**

*****Ph.D. Student, Hitit University, Faculty of Economics and Administrative Sciences.**

to meet important human needs such as a strong sense of identity, the need for security and belonging. The indirect effect is that when people have a strong sense of belonging to the institution they work for, they evaluate their colleagues more positively and strive to be more collaborative-supportive.

In the light of this information in the literature, the aim of this study was determined to investigate the effect of organizational identity and perceived organizational stress on job performance. The universe of the study was defined as the teachers working in the province of Çorum. A convenience sampling method was preferred in sample selection. 305 teachers were reached via google drive or face-to-face survey method. As a result of the regression and correlation analyzes, it was determined that there is a significant, positive, and moderate relationship (,397) between organizational identification and work performance. in addition, it has been determined that there is a significant, negative, and low-level relationship (-,147) between perceived organizational stress and job performance.

Organizational Identification

In an increasingly fragmented, discontinuous and crisis-ridden world, both individual and organizational identity issues are both emphasized and problematized. With the increasing turbulence of societies and organizations and the weakening of individual-organization relations, individuals' desire for job-based identification is also increasing (He & Brown, 2013). Through identification, individuals identify themselves as members of social groups and attribute to themselves the typical characteristics of these groups. This self-concept as a group member provides a basis for the perceptual, attitudinal, and behavioral effects of a group membership. The more a person understands himself in terms of membership in a group, -that is, the more he identifies with the group- the more his attitudes and behaviors are governed by that group. Therefore, social identification affects self-concept as well as attitudes and behaviors (van Knippenberg & van Schie, 2000, p. 138). Organizational identification, which is explained through social identity theory, occurs when employees perceive themselves as one with their organization and feel that they belong to the organization and expresses the perception of "unity" or "belonging to a certain group" (He & Brown, 2013). Thus, a psychological state occurs in which a person defines himself/herself through the qualities of the organization and develops a sense of identity (Lee, Park, & Koo, 2015).

Organizational identification has recently been considered as one of the remarkable issues in both organizational studies and human resources research. The reason for this is that organizational identification is considered as a key psychological state that explains the bond between the individual and the organization, and therefore it has the feature to illuminate important attitudes and behaviors in the employee-organization relationship (Funch, 2012). As a result of his meta-analysis, Riketta (2005) determined that organizational identification is related to a wide variety of work-related attitudes, behaviors, and context variables, and he defined organizational commitment as the closest conceptual neighbor of organizational identification empirically. Among the basic concepts related to organizational identification;

- ❖ **Collaboration:** Psychological identification with a team increases the willingness to contribute to the formation of social capital in that workgroup (Michel, Stegmaier, & Sonntag, 2010).
- ❖ **Decision-making:** There are studies that have determined that organizational identification affects the ethical decision-making process (especially when the climate of the organization is perceived as ethical) (van Knippenberg & van Schie, 2000). in the studies, decision making and identification were examined mutually and it was determined that participation in the management increases the identification of the employees with the organization.
- ❖ **Motivation:** in their study investigating the level of identification of employees with the group and the organization, van Knipping and van Schie (2000) found that identification with the group is stronger than identification with the organization and predicts organizational attitudes and behaviors at a higher level. It has been determined that the level of identification of employees with the group and organization affects job satisfaction, intention to leave, focus on work and work motivation. in addition, Akman (2017) found in his research with teachers that there is a positive, low and significant relationship between work motivation and organizational identification, and that work motivation is a significant predictor of organizational identification.
- ❖ **Job Satisfaction:** Wegge et al. (2006) found that organizational identification is an independent predictor of job satisfaction, turnover intention, organizational citizenship behavior and personal well-being. It has been found that highly identified people have higher motivation and personal well-being. in the study of Sökmen (2019) with 708 people working in 5-star hotels, a positive and significant relationship was found between organizational identification, organizational commitment and job satisfaction.
- ❖ Work Stress: Organizational identification and self-categorization stress model emphasizes that social identity can play an important role in protecting group members from negative reactions of strain. Lazarus and Folkman (1984, p. 61) state that individuals with a strong commitment may have a higher motivation to reduce threats and cope with stress. This may be because devotees identify strongly with their organization and do not want anything to interfere with their organizational role identity (Irving & Coleman, 2003; Walumbwa et. all. 2011: 206).
- ❖ **Job Performance:** Job performance includes employee behaviors that play a direct role in transforming organizational resources into goods or services produced by the organization (Colquitt et all, 2014, p. 33). It has been determined that organizational identification has a positive relationship with the job performance and organizational citizenship behavior of the employees, and a negative relationship with the current intention to leave the job and employee turnover (Tuna et all, 2018, p. 1707).

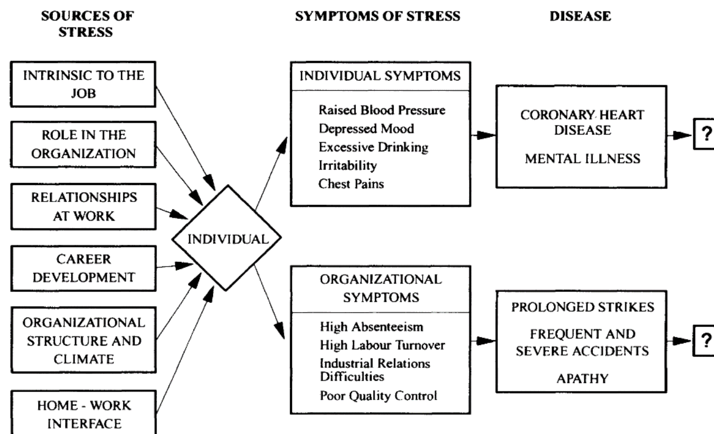
Perceived Organizational Stress

Organizational stress emphasizes that it is an emotional, cognitive, behavioral and physiological response to the aggressive and harmful aspects of the work, work environment,

and organizational climate and occurs when an individual has to overcome some demands or tasks that are beyond his/her ability (Mirela & Mădălina-Adriana, 2011). Employees under stress experience difficulties in accomplishing their tasks and have psychological, physiological, and behavioral consequences that may result in illness or death (Edwards & Cooper, 1990, s. 293). The cost of occupational stress to businesses increases significantly. It has been determined that 550 million workdays are lost annually in the USA due to absenteeism. About 54% of these absences are due to stress-related reasons (Cooper & Cartwright, 1994, p. 456).

Working conditions, risk, punctuality, life safety, organizational structure, leadership style, excessive task demands, workload, career development, high quality standards, 24/7 availability and uncertainty created by process changes are among the factors that increase organizational stress (Manning & Preston, 2003). Figure-1 shows the sources and consequences of stress.

Figure 1: The Sources and Consequences of Stress



Source: Cooper & Cartwright, 1994, p. 457

Although many studies have been conducted on the effects of stress on performance, no consensus has been reached on the subject. Opinions on this subject are generally grouped into two main groups. The first view on the stress-performance relationship assumes that stress is a barrier and negatively affects performance (McCraty & Atkinson, 2012). The energy spent by the person struggling with stress creates a perceptual load and therefore can cause the person to be distracted, miss work-related clues and decrease their performance. According to the second view, when stress is considered as a challenge, it can lead to internal arousal and high performance (Gilboa et all, 2013). Huguet et al. (1999) emphasizes that stress, paradoxically, depletes one's resources, but at the same time enables the person to use remaining resources effectively. Boswell et al. (2004) found that while compulsive stress was positively associated with desired outcomes such as reducing job satisfaction and intention to leave; inhibitory stress is negatively related to the same factors.

Research

In this section, information about the purpose, importance and findings of the research will be given.

Purpose and Importance of the Research

The aim of this study is to investigate the effect of organizational identification and perceived organizational stress on job performance. Organizational stress has a very important place in organizational studies in terms of the results it creates. One of these effects is on job performance. Although a lot of research has been done in this area, there is no clear consensus on the effects of stress on performance. While some researchers describe stress as negative; another group of researchers considers it as a positive element that helps the person to push his own limits and causes an increase in performance. The differences in these empirical findings regarding the relationship between stress-performance are due to the fact that there are many factors that influence or are affected by stress. One of these variables is organizational identification. Therefore, it is considered necessary to evaluate the relationship between perceived organizational stress and job performance, together with organizational identification. in this context, the model (Figure-2) and hypotheses of the research are given below.

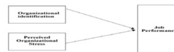


Figure 2: Model of the Research

H1: Perceived organizational stress has a negative effect on job performance.

H2: Organizational identification has a positive impact on job performance.

The Universe of the Study

The universe of the study is defined as teachers working in the province of Çorum. At the time of the study, 3335 teachers were working in Çorum. It was decided to choose a sample because the population was too large to make a complete census and it was difficult to reach all teachers in terms of time and cost. The sample size was calculated as 345 people. However, based on the statement of Kline (2011, p.11), “There must be at least 10 people for each variable in the scale”, the minimum number of people to be reached for the scale consisting of 14 statements was determined as 140. in the selection of the sample, the convenience sampling method was preferred 305 teachers were reached through easy sampling and this number was accepted as sufficient.

Scales Used in the Research

Questionnaire; It was formed from demographic questions and statements created with a Likert scale on the measurement of perceived organizational stress, behavioral commitment, and job performance.

As the Perceived Organizational Stress scale, it was developed by Cohen, Kamarck, and Mermelstein (1983) and Eskin et al. (2013) adapted into Turkish and consisted of 4 expressions, the "perceived stress scale" was used. For organizational identification, the scale developed by Mael and Ashforth (1992) and adapted to Turkish by Tüzün (2006) was used. The job performance scale was developed by Kirkman and Rosen (1999), adapted to Turkish by Çöl (2008), and consisted of 4 statements.

In order to measure the reliability in question within the scope of the research, the Cronbach alpha coefficient was first calculated as ,761. The second item of the Perceived Organizational Stress Scale (How often did you feel confident in your ability to handle your personal problems last month?) was excluded from the calculation as it lowered the reliability, and the Cronbach alpha coefficient was calculated as ,793 as a result of this process. It was decided that the scale, in its current form, met the reliability criteria.

Research Method

Within the scope of the research, it was decided to use parametric tests in the analysis of the data. Although the data set does not show a normal distribution, it is known that parametric tests can be applied if the Skewness and Kurtosis values are between +/-1.5. in this respect, perceived organizational stress (Skewness:,194-140 /Kurtosis-,493-,278), organizational identification (Skewness:-,477-,140 /Kurtosis-,153-,278) and job performance (Skewness:-, 1265-.140 / Kurtosis-2.842-.278), it was decided to perform a parametric test. in this context, descriptive statistics, factor analysis, correlation, and regression analysis were used in the study.

Demographic Factors and Descriptive Statistics

The demographic characteristics of the participants can be summarized as follows: more than half of the people participating in the study are male (50.2%), mostly between the ages of 21-38 (47.6%), undergraduate (70.2%), and seniority between 1-10 years (53.1%). Appears to be made up of people who have from this point of view, it can be stated that there is a relatively young sample group. Descriptive statistics regarding the expressions in the scale are given in Table-1.

Table 1: Descriptive Statistics

	Mean	standard deviation
I complete my tasks on time	4,12	,910
When a problem comes up, I find a solution as quickly as possible.	4,01	,872
I often use the phrase "we" when talking about the school I work at	3,94	1,064
I achieve my business goals	3,94	,829

I am confident that I have exceeded the standards in the quality of service I offer	3,86	,849
If there is criticism in the media about the school I work at, I will feel uncomfortable	3,81	1,194
I feel the success of the school I work at as my own success	3,71	1,140
When someone praises the school I work at, I feel like I'm being complimented	3,41	1,248
What people think about the school I work at is very important to me	3,34	1,265
Last month, how often did you feel that everything was going well?	3,02	1,160
If someone criticizes the school I work at, I take it as a personal insult	2,48	1,233
In the past month, how often have you felt that you can't control the important things in your life?	2,45	1,245
In the past month, how often have you felt that problems have piled up so much that you can't handle them?	2,42	1,236

As can be seen from Table 1, the participants think that they are successful in completing their tasks on time and producing solutions. It is thought that one of the main reasons for this is that a competitive working principle has become widespread in the public sector and that white-collar workers feel personally responsible for their performance. It is known that white-collar workers adhere to professional principles rather than the institution they work for. As can be seen from Table-1, the fact that the expression "if someone criticizes the school I work at, I perceive it as a personal insult" is one of the expressions with the lowest level of participation (average: 2.58), which shows that teachers also prioritize their professional affiliation over institutional affiliation.

Factor Analysis

It was decided to conduct an "exploratory factor analysis" to analyze the validity of the questionnaire. The KMO ratio was calculated as 0.850 and the Sigma value as 0.00. It was decided that the data set was suitable for factor analysis. Factor Analysis of perceived organizational stress scale is given in Table-2. The scale, which emerged as a single dimension, explains 56% of the total variance.

Table 2: Factor Analysis of Perceived Organizational Stress Scale

	Factor
In the past month, how often have you felt that you can't control the important things in your life?	,839
Last month, how often did you feel that everything was going well?	,596
In the last month, how often have you felt that problems have piled up so much that you can't handle them?	,788

Table-3 shows the factor analysis results of the organizational identification scale. The scale, which emerged as a single dimension, explained 59% of the total variance.

Table 3: Factor Analysis Results of Organizational Identification Scale

	Factor
If someone criticizes the school I work at, I take it as a personal insult	,618
What people think about the school I work at is very important to me	,751
I often use the phrase "we" when talking about the school I work at	,754
I feel the success of the school I work at as my own success	,846
When someone praises the school I work at, I feel like I'm being complimented	,832
If there is criticism in the media about the school I work at, I will feel uncomfortable	,797

Table-4 shows the factor analysis results of the job performance scale. The scale, which emerged as a single dimension, explains 72.6% of the total variance.

Table 4: Factor Analysis Results of Job Performance Scale

	Factor
I complete my tasks on time	,819
I achieve my business goals	,898
I am confident that I have exceeded the standards in the quality of service I offer	,842
When a problem comes up, I find a solution as quickly as possible	,847

Correlation and Regression Analysis

The correlation between perceived organizational stress, organizational identification and job performance is given in Table-5.

Table 5: The Correlation between Perceived Organizational Stress, Organizational Identification and Job Performance

		Perceived organizational stress	Organizational identification	Job performance
Perceived organizational stress	Pearson Correlation	1	,016	**-,147***
	Sig. (2-tailed)		,777	,010
	N	305	305	305
Organizational identification	Pearson Correlation	,016	1	**,397****
	Sig. (2-tailed)	,777		,000
	N	305	305	305
Job performance	Pearson Correlation	-,147*	,397**	1
	Sig. (2-tailed)	,010	,000	
	N	305	305	305
*p<0.05 **p<0.01				

As can be seen in Table-5, there is a significant, negative, and low level (-.147) correlation between perceived organizational stress and job performance. From this point of view, it can be stated that the findings obtained from the research support the studies that determined that stress negatively affects job performance. A significant, positive, and moderate relationship (.397) was found between organizational identification and performance. The effect of organizational identification and perceived organizational stress on job performance is given in Table-6.

Table 6: The Effect of Perceived Organizational Stress and Organizational Identification on Job Performance

Model	R		R^2	Adjusted R^2	Std. Error of the Estimate	Sig
	,425[a]		,181	,176	,66823	,000[a]
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
(Constant)	3,264	,198		16,457	,000	
Organizational identification	,322	,042	,399	7,664	,000	
Perceived organizational stress	-,146	,050	-,154	-2,951	,003	
a. Dependent Variable: Job performance						

As can be seen from the table, the model is significant (sig=.000). Perceived organizational stress and organizational identification accounted for approximately 18% of job performance (adjusted R2=0.17.6) Regression formula; work performance=3,264-0,146X+,322X1. As can be seen from the model, when the perceived stress increases by one unit, it causes a 0.146 unit decrease in job performance. A one-unit increase in organizational identification causes an

increase of 0,322 units in job performance. Based on these results, H1 and H2 hypotheses were accepted.

Discussion and Conclusion

Organizational identification refers to seeing oneself as a part of the organization in which one works. Employees with a high level of identification provide higher participation in their organizations and benefit from the resources within the organization at a higher rate. in this sense, organizational identification; while helping to increase job performance and organizational citizenship behavior, it helps to reduce work-related stress and burnout.

In this study, the effects of organizational identification and perceived organizational stress on job performance were investigated. When the two variables are subjected to regression analysis together, the model is significant and explains 18% of job performance. in this sense, the results obtained support the findings in the literature. The meaning of organizational identification on job performance and its positive relationship (R2=0.156) support the literature.

However, the most notable result obtained from the study is that the effect of perceived organizational stress on job performance is quite low. Although a significant and negative relationship was found between stress and job performance, this effect (R2=0.02) is so low that it can be considered almost coincidentally. Likewise, the regression model created to measure the effect of organizational identification on perceived organizational stress turned out to be meaningless. in this sense, it has been determined that the results obtained regarding the concept of perceived organizational stress are inconsistent with the literature. It is thought that the main reason for this is the continuous use of the stress mechanism, which is designed to prepare the body for extreme situations such as a life-and-death issue, out of its purpose. Man's factory settings of millions of years have not yet been fully adapted to living in a modern society with a short history of only 500-1000 years. The stress mechanism, which is operated for a short time in nature and causes significant reactive changes in the body, is constantly activated in daily life. The stress mechanism, which is kept active for reasons such as the pressure to complete the work, traffic, excessive information bombardment, and the anxiety of constantly performing high performance, has no longer been able to fully perform its main function. in this sense, because people are used to living with stress, stress has ceased to be a distinctive feature in daily life, but when it reaches the point of exhaustion, it has begun to be perceived as a problem that needs to be solved. to put it briefly, it is thought that the fact that business life is a constant source of stress and that it is too familiar to be vigilant effects this result. in this context, it is seen that there is a need for a more detailed analysis of perceived organizational stress. It is thought that it would be appropriate to repeat these analyzes in other occupational groups and compare them. in addition, it is seen that stress management approaches in organizations need to be reconsidered and conceptualized in the triangle of stress-modern life-human nature.

References

1. Akman, Y. (2017). Öğretmenlerin Algılarına Göre İş Motivasyonu ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişki. Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi, 14-1(27), s. 71-88. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/324452 adresinden alındı
2. Boswell, W., Olson-Buchanan, J., & LePine, M. (2004). Relations between Stress and Work Outcomes: The Role of FElt Challange, Job Control, and Psychological Strain. Journal of Vocational Behavior, 64, s. 165–181. doi:10.1016/S0001-8791(03)00049-6
3. Colquitt, J. A., Lepine, J. A., & Wesson, M. J. (2014). Organizational Behavior: Improving Performance and Commitment in the Workplace. New York: McGraw- hill Education.
4. Cooper, C., & Cartwright, S. (1994). Healty Mind; Healty Organization: A Proactive Approach to Occupational Stress. Human Relations, 47(4), pp. 455-471. doi:10.1177/001872679404700405
5. Edwards, J. R., & Cooper, C. L. (1990). The Person-Environment Fit Approach to Stress: Recurring Problems and Some Suggested Solutions. Journal of Organizational Behaviour, 11, s. 297-307. https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137310651_5 adresinden alındı
6. Funch, S. (2012). Understanding Psychological Bonds between Individiuals and Organizations: The Coalescence Model of Organizational Idenficitaion. New York: Pagrave Macmillan.
7. Gilboa, S., Shirom, A., Fried, Y., & Cooper, C. L. (2013). A Meta- Analysis of Work Demand Stressors and Job Performance: Examining Main and Moderating Effects. C. L. Cooper (Dü.) içinde, From Stress to Wellbeing Volume 1: The Theory and Research on Occupational Stress and Wellbeing (s. 188-231). New York: Palgrave Macmillan. doi:10.1007/978-1-137-31065-1
8. He, H., & Brown, A. D. (2013). Organizational Identity and Organizational Identification: A Review of the Literature and Suggestions for Future Research. Group & Organization Management, 38(1), pp. 3-35.
9. Huguet, P., Galvaing, M., Monteil, J., & Dumas, F. (1999). Social Presence Effects in the Stroop Task: Further Evidence for an Attentional View of Social Facilitation. Journal of Personality and Social Psychology, 77(5), s. 1011-1025. https://www.researchgate.net/profile/Pascal_Huguet2/publication/12727120_Social_presence_effects_in_the_Stroop_Task_Further_evidence_for_an_attentional_view_of_social_facilitation/links/577d415808aed807ae75faaa.pdf adresinden alındı
10. Irving, P., & Coleman, D. (2003). The Moderating Effect of Different Forms of Commitment on Role Ambiguity-Job Tension Relations. Canadian Journal of Administrative Sciences, 20(2), s. 97-106.
11. Kline, R. B. (2011). Principles and practice of structural equation modelling (3. b.). New York, London: The Guilford
12. Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). Stress, Appraisal, and Coping. New York: Springer Publishing Company.
13. Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). Stress, Appraisal, and Coping. New York: Springer Publishing Company.
14. Lee, E.-S., Park, T.-Y., & Koo, B. (2015). Identifying Organizational Identification as a. Psychological Bulletin, 141(5), s. 1409-1080. https://doi.org/10.1037/bul0000012 adresinden alındı
15. Manning, D., & Preston, A. (2003). Organizational Stress: Focusing on Ways to Minimize Distress. CUPA-HR Journal, 54(2), s. 15-18. http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.515.1538&rep=rep1&type=pdf adresinden alındı
16. McCraty, R., & Atkinson, M. (2012). Resilience Training Program Reduces Physiological and Psychological Stress in Police Officers. Global Advances in Health and Medicine, 1(5), s. 44-66. doi:10.7453/gahmj.2012.1.5.013
17. Michel, A., Stegmaier, R., & Sonntag, K. (2010, March). I Scratch Your Back – You Scratch Mine. Do Procedural Justice and Organizational Identification Matter for Employees' Cooperation During Change? Journal of Change Management, 10(1). https://doi.org/10.1080/14697010903549432 adresinden alındı
18. Mirela , B., & Mădălina-Adriana, C. (2011). Organizational Stress and Its Impact on Work Performance. Annals of the University of Oraddea, Economi Science Series, 333-337.
19. Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. Journal of Vacational Behavior, 66, s. 358-384. doi:10.1016/j.jvb.2004.05.005

20. Sökmen, A. (2019). Örgütsel Özdeşleşme, Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini İlişkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 7(2), s. 980-990. doi:10.21325/jotags.2019.403
21. Tuna, R., Bacaksız, F. E., & Harmancı Seren, A. K. (2018, September-December). The Effects of Organizational Identification and Organizational Cynicism on Employee Performance Among Nurses. International Journal of Caring Sciences, 11(3), pp. 1707-1714.
22. van Knippenberg, D., & van Schie, E. C. (2000). Foci and Correlates of Organizational Identification. Journal of Occupational and Organi:(aHonal Psychology, 73, pp. 137-147.
23. Walumbwa, F. o., Mayer, D. M., Wang, P., Wang, H., & Workman, K. (2011). Organizational Behavior and Human Decision Processes, 115, s. 204-213. doi:10.1016/j.obhdp.2010.11.002
24. Wegge, J., Van Dick, R., Fisher, G., Wecking, C., & Moltzen, K. (2006). Work Motivation, Organizational Identification, and Well-being in Call Center Work. Work & Stress, 20(1), s. 60-83. doi:10.1080/02678370600655553



10.

The Relationship Between Organizational Identification and Performance: A Literature Review

ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME VE PERFORMANS ARASINDAKİ İLİŞKİ: LİTERATÜR İNCELEMESİ

İbrahim Yikilmaz*

Abstract

Businesses operate in industrial environments where constant change and intense competition are experienced. in this environment, businesses are constantly reviewing the resources they have to establish sustainable competition and meet customer expectations. The effective management of its resources makes it possible for the enterprise to remain in the competition and to achieve the necessary performance for sustainable competition. Employees are at the forefront of the strategic resources that businesses place emphasis on. The bond that this strategic resource establishes with organizational values and goals has a decisive influence on the formation of organizational performance. At this point, the perception of organizational identification, which is expressed as the perception of unity and integrity between the values of the organization and the employee's values, is the strategic human resource's adoption of the goals and expectations of the organization and defining himself as a member of the organization. Organizational commitment and motivation, which is formed by the organizational identification of the employee, emerges as a significant element in the achievement of the determined performance targets of the organization. in this context, it is aimed to examine the concept of organizational identification and its effect on

***Research Assistant, Kocaeli University, Department of Business Administration.**

organizational performance due to its importance on organizational outputs. Following the purpose of the study, studies examining the relationship between organizational identification and performance and presenting empirical results were identified from publications in various indexes (Ulakbim, Scopus, web of science, and Proquest). The identified studies were classified within the framework of "the author's name, sample, and variables". Some of the studies were eliminated by considering the inclusion criteria of the research, and the remaining 57 empirical studies were discussed in detail. While the results of the study increase awareness of the relationship between organizational identification and performance in an environment of constant change and unpredictability, It is considered that it will make important contributions to the literature in terms of presenting all empirical studies conducted specifically on organizational identification and performance.

Keywords: Organizational Identification, Performance, Literature Review

ÖZET

İşletmeler sürekli değişimin ve yoğun rekabetin yaşandiği endüstri çevrelerinde faaliyet göstermektedirler. Bu ortamda işletmeler sürdürülebilir rekabeti tesis etmek ve müşteri beklentilerini karşilayabilmek adina sürekli bir şekilde sahip olduklari kaynaklari gözden geçirmektedir. Sahip olduğu kaynaklarin etkin bir şekilde yönetimi ise; işletmenin rekabet yarişinda kalmasina ve sürdürülebilir rekabet için gerekli performansi elde etmesini mümkün kilmaktadir. İşletmelerin üzerinde önemle durduğu stratejik kaynaklarin başinda ise çalişanlar gelmektedir. Bu stratejik kaynağin örgütsel değer ve hedeflerle kurduğu bağ, örgütsel performansin oluşumunda belirleyici bir etki yaratmaktadir. İşte bu noktada örgütün sahip olduğu değerleri ile çalişanin kendi değerleri arasinda bir birlik ve bütünlük algisina sahip olmasi olarak ifade edilen örgütsel özdeşleşme algisi, stratejik insan kaynağinin örgütün hedef ve beklentilerini benimsemesi, kendini örgütün bir üyesi olarak tanimlamasidir. Çalişanin örgütsel özdeşleşmesi ile oluşan örgütsel bağlilik ve motivasyonu, örgütün belirlenen performans hedeflerine ulaşmasinda belirgin bir unsur olarak ortaya çikmaktadir. Bu kapsamda çalişmada örgütsel çiktilar üzerindeki önemi nedeniyle, örgütsel özdeşleşme kavrami ve örgütsel performansa etkisinin incelenmesi amaçlanmiştir. Çalişmanin amacina uygun olarak çeşitli indekslerde taranan (Ulakbim, Scopus, WebofScience ve Proquest) yayinlardan örgütsel özdeşleşme ve performans ilişkisini inceleyen ve ampirik sonuçlar sunan çalişmalar tespit edilmiştir. Tespit edilen çalişmalar "yazar adi, örneklem ve incelediği değişkenler" çerçevesinde siniflandirilmiştir Elde edilen çalişmalar, araştirmanin dahil olma kriteri gözetilerek bir kismi elenmiş ve geriye kalan 57 çalişma ampirik çalişma ayrintili bir şekilde ele alinmiştir. Örgütsel özdeşleşme ve performans arasindaki ilişkide tespit edilen önemli sonuçlara değinilmiştir. Çalişmanin sonuçlarinin örgütlerin sürekli değişim ve öngörülemezlik ortaminda örgütsel özdeşleşme ve performans arasindaki ilişkiye yönelik farkindaliği arttirirken, örgütsel özdeşleşme ve performans özelinde yürütülen tüm ampirik çalişmalari toplu bir şekilde sunmasi yönüyle literatüre önemli katkilarinin olacaği değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Özdeşleşme, Performans, Literatür İncelemesi

IntroductIon

The turbulent industrial environment demands constant innovation and high performance. This situation offers organizations a sustainable competitive advantage. Performance, which is the measure of the managerial effectiveness of the organization in achieving its goals and objectives, has a decisive role at this point. The motivation of the employee to stay in the organization and to create value and to consider himself as a part of it determines the effectiveness and performance of the organization in achieving its goals. Organizational identification is defined as the employee's voluntary emotional and cognitive adoption of the organization's purpose, value and understanding, and building a "oneness" between his own and organizational identity. Organizational identification is considered a necessary driving force for effective management. in addition, it is an issue that positively affects performance, efficiency, and productivity, which is the main concern of organizations (Terzioglu, Temel, & Uslu Sahan, 2016). It is seen that organizational identification positively affects job satisfaction (Riketta (2005), which expresses the satisfaction of the employee from their job, and organizational citizenship behavior (van Dick, Grojean, Christ & Wieseke, 2006) to produce more successful performance in cooperative jobs (Riketta, 2005). It is also seen that it reduces turnover and absenteeism, which cause significant costs for both the employee and the organization (Kreiner & Ashforth, 2004). Organizational Identification has been included in the study as having a positive effect on the effectiveness of the organizational process and important organizational outputs, especially job performance. in this context, first, the concept of "organizational identification" was defined, and then the results of studies examining the relationship between organizational identification and performance from publications in various indexes (Ulakbim, Scopus, Web of Science and Proquest) were summarized within the framework of the concept's contribution to the organization. It is evaluated that the results of the study will make important contributions to the literature by examining the studies on Organizational Identification (OI) and performance concepts in a holistic way and to managerial effectiveness, with the emphasis on the close relationship between Organizational Identification (OI) and performance in terms of sustainable competition.

Theoretical Framework

Organizational Identification

Organizations place great emphasis on their strategic resources to maintain a sustainable competitive advantage in complex and uncertainty-intensive organizational environments. Working happily, peacefully and with a sense of belonging in the organizational environment of the strategic human resource, is considered as a critical antecedent of sustainable organizational performance. in this context, organizational identification is the employee's identification with some characteristics of the organization and self-identification with the organization (Mael & Ashforth, 1992). The high perception of organizational identification, which expresses a cognitive match between the organization and the employee, allows the behavior and attitudes of the employee to be compatible with the goals and expectations of the organization (Van

Knippenberg & Van Schie, 2000). in addition, the employee considers the success of the organization as his/her success, thanks to the emotional bond that the employee establishes with the organization (Mael & Ashforth, 1992)

In the organizational identification process, the employee perceives himself/herself as a special component of that organization and evaluates that s/he belongs to it. This situation can be explained within the scope of Social Identity Theory. Social Identity Theory argues that the individual constructs an identity for himself from the "membership, emotional and value based" characteristics that he or she experiences in other social phenomena (Tajfel, 1978:63; Tajfel & Turner, 1985). in this way, social identity becomes shared and creates similarities in member individuals. Thus, they first contain the features of this social identity within their own identity, and then they build their own identities on these features. This identity construction consists of a journey "from me to us" (Brewer, 1991:476). in other words, the individual identity of the employee in the organization as a social group exhibits a structure parallel to the characteristics of the organization. This situation creates an integration, singularization, and a strong bond between the organization and the employee at the cognitive level (Chen et al., 2015:11-12). in this context, organizational identification is discussed in four dimensions (Dick et al., 2004: 173). The first of these dimensions, the cognitive component, refers to being aware of the sense of belonging to a group. The affective dimension is related to the employee's sense of unity and emotional commitment (pride, etc.) to the group or organization that he or she believes to belong to. An evaluative aspect expresses a value attributed to the organization from inside and outside the organization. in the eyes of the employee, there is a value assigned to that organization. The behavioral dimension, on the other hand, is related to the reflection and observation of the individual's perception of identification with the organization. Here, it can be expressed as the inclusion of the employee in the values and rituals of the organization and the display of the expected behaviors from the framework of the organization to which he belongs (İşcan & Karabey, 2009: 42).

The emotional and cognitive processes experienced by the employee in the organizational identification process motivate him to understand the organizational goals (Hekman, Steensma, Bigley, & Hereford, 2009) and to stick to the goals and values. Again, this situation can be explained with Social Exchange Theory in addition to Social Identity Theory. Employees lookout for resources that are physically or psychologically valuable (such as trust or self-esteem) and they need to respond to their organizations because of these resources. With exchange experienced in this way, organizational identification occurs.

Organizational identification is the employee's creating a "oneness" between the identity created by the values and characteristics of the organization and his own identity. An employee who integrates with the goals and values of the organization has an important effect on the formation of organizational outputs. It has been empirically demonstrated that organizational identification has an impact on important organizational outputs, especially organizational performance. Increasing the level of organizational identification of employees increases job involvement (van Knippenberg & van Schie, 2000), job satisfaction (van Dick et al.,

2004 ; van Dick, van Knippenberg, Kerschreiter, Hertel, & Wieseke, 2008) and organizational commitment (Newman & Harrison, 2008). Again, in terms of performance, it is seen that there is a positive effect between in-role performance (the performance provided by the employee within the framework of the job description) and organizational identification (Farrell & Oczkowski, 2012; Homburg, Wieseke, & Hoyer, 2009). in addition, it is seen that there is a positive relationship on "extra-role performance", which is defined as being ready to offer more when necessary, not just with current job descriptions (Lee, Park & Koo, 2015; Riketta, 2005). Also, keeping existing human resources in an environment of intense competition and uncertainty is an important factor for sustainable competition. in this context, it has been determined that organizational identification reduces employee turnover intention (Van Dick, Christ, Stellmacher, Wagner, Ahlswede, Grubba, et al; 2004). A high level of organizational identification has important effects on the task performance of the employees, their ability to take effective decisions and defend the organization when necessary (Cheney, 1983; Van Knippenberg; 2000; Edwards, 2005; Ashforth et al., 2008; Hirst et al., 2009; Riketta, 2005).

As can be seen, organizational identification is an important variable in terms of organizational outcomes. Organizational identification is an strategic factor in achieving organizational goals and performance expectations in today's highly competitive industrial environments where organizational performance has vital importance. Due to this importance, the studies in various indexes within the scope of the study are examined in detail in the next sections.

Methodology

To examine the studies on organizational identification and performance, studies in the literature were determined. in the determination of these studies, the criteria of having the quality of an empirical study (either qualitative or quantitative) published at any time, examining the relationship between organizational identification and performance, were taken as a basis. to reach the aforementioned studies, a search was conducted in the electronic databases of "Ulakbim, Scopus, Web of Science and Proquest". While searching; Keywords "organizational identification", "performance", örgütsel özdeşleşme", "performans" were used. As a result of the advanced search, 122 publications were reached. Among the 122 publications, those which repeated and did not meet the criteria for inclusion in the study were eliminated and the research continued with the remaining 57 studies. These 57 studies include all empirical publications that can be accessed from databases. The publications included in the study were classified according to the "author", "date of publication", "type of research", "sample" and "variables ". Afterward, empirical results and evaluations reached in researches within the scope of organizational identification and performance are presented.

Findings

The publications to be evaluated in accordance with the main purpose of the study in various databases were determined as 57 as a result of the necessary examinations, and the descriptive information of these publications is presented in Table 1.

Table 1: Descriptive Information on Empirical Studies on the Relationship Between Organizational Identification and Performance

	Authors	Title	Sample	Examined Variables
1	Abdullah, Ashraf & Sarfraz, (2017)	The Organizational Identification Perspective of CSR on Creative Performance: The Moderating Role of Creative Self-Efficacy	65 CSR company and 322 employees	Corporate Social Responbility- Organizational Identification
2	Callea, Urbini, & Chirumbolo, (2016)	The mediating role of organizational identification in the relationship between qualitative job insecurity, OCB and job performance	201 white and blue collar Italian employees	job insecurity, OCB and job performance- Organizational Identification
3	Carmeli, Gilat, & Waldman, (2007)	The role of perceived organizational performance in organizational identification, adjustment and job performance	217 employees working in media and electronics industry in Israel	perceived social responsibility perceived market and financial performance- Organizational Identification
4	Chao, Cheng, & Zheng, (2011)	The Study on the Relationship of Corporate Social Performance, Organizational Identification and Job Involvement	228 employees China	Corporate Social Performance, Organizational Identification and Job Involvement
5	Chen, Chi, & Friedman,, (2013)	Do more hats bring more benefits? Exploring the impact of dual organizational identification on work-related attitudes and performance	220 sales representatives in Taiwan	dual organizational identification, work-related attitudes, performance
6	Chughtai, & Buckley, (2010)	Assessing the effects of organizational identification on in-role job performance and learning behaviour The mediating role of learning goal orientation	130 high school teachers	organizational identification in-role job performance learning behaviour
7	Conteh & Yuan, (2021)	The impact of high performance work system on employee service performance: the role of organizational support and organizational identification	467 employees in 10 commercial banks in Sierra Leone	High Performance Work System, Employee service performance, organizational support, organizational identification.
8	Corsten, Gruen & Peyinghaus, (2011)	The effects of supplier-to-buyer identification on operational performance-An empirical investigation of inter-organizational identification in automotive relationships	346 automotive supplier-buyers	inter-organizational identification
9	Costa, Daher, Neves, & Velez, (2021)	The interplay between ethical leadership and supervisor organizational embodiment on organizational identification and extra-role performance	201 employees in Portugal	ethical leadership,supervisor organizational embodiment, organizational identification, extra-role performance
10	Dahiya, (2021)	Insecure people can eclipse your sun; so identify before it is too late: revisit to the nexus between job insecurity, organizational identification and employee performance behaviour	192 employees having heterogeneous working background	Job insecurity, employee performance behaviour (task performance contextual performance), organizational identification, OCB

11	Finch, Abeza,, O'Reilly, & Hillenbrand, (2018)	Organizational identification and independent sales contractor performance in professional services	189 ISCs from a professional services firm	Organizational identification Independent sales contractor performance
12	Gammoh, Mallin, & Pullins,(2021)	Dual foci of identification: the role of salesperson brand and organizational identification in driving brand performance	256 sales people	salesperson brand , organizational identification, brand performance
13	Gillet,Colombat, Michinov, Pronost, & Fouquereau, (2013)	Procedural justice, supervisor autonomy support, work satisfaction, organizational identification and job performance: the mediating role of need satisfaction and perceived organizational support	323 nurses	procedural justice, supervisor autonomy support, need satisfaction, organizational support, work satisfaction, organizational identification and job performance
14	Guo, Liao & Liu, (2015)	Contributions Organizational Identification, Job Performance and Job Satisfaction: Evidence from China New Generation Employees	428 new generation (Y) employees	Organizational Identification, Job Performance Job Satisfaction
15	Ming, Ganli, & Fulei, (2014)	High-Performance Work Systems, Organizational Identification and Job Satisfaction: Evidence From China	358 telecom employees and their managers	High-performance work systems Organizational Identification Job satisfaction
16	He, Wang, Zhu, & Harris, (2015)	Service workers' job performance The roles of personality traits, organizational identification, and customer orientation	967 service workers in call centers	personality traits organizational identification customer orientation
17	Kara, Kirpik & Kaya, (2021)	The Mediating Role of Organizational Identification in the Effect of Perceived Organizational Support on Employee Performance	414 participants working in banks in Adana and Osmaniye	organizational identification perceived organizational support employee performance
18	Kumar & Jauhari (2016)	Satisfaction of learning, performance, and relatedness needs at work and employees' organizational identification	365 professionals representing diverse work backgrounds	Satisfaction of learning, performance, and relatedness needs Organizaistional identification
19	Leicht-Deobald, Huettermann,Bruch, &Lawrence, (2021)	Organizational Demographic Faultlines: Their Impact on Collective Organizational Identification, Firm Performance, and Firm Innovation	82 organizations/ 7,662 organizational members	Demographic Faultlines Organizational Identification, Firm Performance, Firm Innovation
20	Liu, Chow & Huang, (2020)	High-performance work systems and organizational identification The mediating role of organizational justice and the moderating role of supervisor support	306 employees in four major state-owned commercial banks in South China	High-performance work systems, organizational identification organizational justice supervisor support
21	Liu & Shieh, (2015)	A Study on the Correlations among Empowering Leadership, Organizational Identification, and Team Performance in Medical Industry	214 medical personnels	Empowering Leadership Organizational Identification Team Performance

22	Liu, Ye & Guo, (2016)	High-Performance Work Systems and Job Satisfaction: Mediation Role of Organizational Identification	200 employees at different levels	high-performance work systems job satisfaction, organizational identification.
23	Liu, He, Jiang, Ji, & Zhai, (2020)	Effect of Gig Workers' Psychological Contract Fulfillment on Their Task Performance in a Sharing Economy-A Perspective from the Mediation of Organizational Identification and the Moderation of Length of Service	223 employee from Didi	transactional and relational psychological contract organizational identification Task Performance
24	Liu, Loi, & Lam, (2011)	Linking organizational identification and employee performance in teams: the moderating role of team-member exchange	158 employees	organizational identification employee performance in teams team-member exchange
25	Lu, Yue, Han & Chen, (2018)	Exploring the Effect of Different Performance Appraisal Purposes on Miners' Organizational Citizenship Behavior: The Mediating Role of Organization Identification	700 miners in state-owned Chinese coal mine	Different Performance Appraisal Purposes Organizational Citizenship Behavior Organization Identification
26	Miao,Eva, Newman & Schwarz, (2019)	Public service motivation and performance: The role of organizational identification	135 bureau directors	Public service motivation (PSM) and job performance
27	Piccoli,Callea,Urbini, Chirumbolo, Ingusci & De Witte (2017)	Job insecurity and performance: the mediating role of organizational identification	201 employees in several italian organizations	Job insecurity performance: organizational identification
28	Reina, Zhang & Peterson, (2014).	CEO grandiose narcissism and firm performance: The role of organizational identification	308 CEOs	Narcissism firm performance organizational identification
29	Schaubroeck,Peng, & Hannah, (2013	Developing trust with peers and leaders: impacts on organizational identification and performance during entry	50-60 U.S. Army trainees	Trust Organizational identification performance
30	She & Ye, (2016)	Study on the Impact of Medical Staffs Organizational Identification and Job Satisfaction on Their Job Performance	98 medical staffs	Organizational Identification Job Satisfaction Job Performance
31	Showail, McLean Parks, & Smith, (2013)	Foreign workers in Saudi Arabia: a field study of role ambiguity, identification, information-seeking, organizational support and performance	154 foreign workers and 138 supervisor	role ambiguity, identification information-seeking, organizational support performance
32	Tarakci,Ateş, Floyd, Ahn & Wooldridge, (2018)	Performance feedback and middle managers' divergent strategic behavior: The roles of social comparisons and organizational identification	123 senior middle managers overseeing 21 multi-country organizations (MCOs) of a Fortune 500 firm	divergent strategic behavior organizational identification

33	Traeger & Alfes, (2019).	High-Performance Human Resource Practices and Volunteer Engagement: The Role of Empowerment and Organizational Identification	256 volunteers in five different nonprofit organizations in the Netherlands	High-Performance Human Resource Practices Volunteer Engagement Empowerment Organizational Identification
34	Türen, Erdem, & Çamoğlu, (2017	The effects of perceived quality of organizationally provided meal service on employees' job performance and mediating role of organizational identification	597 Private security-sector employees in Turkey	Organizational facility (meal) job performance organizational identification
35	Vieira, Da Silva, & Gabler, (2019)	Overcoming over-identification The power of organizational prestige in optimizing sales performance	196 B2C retail salespeople in shoe industry	sales performance over-identification organizational prestige
36	Walumbwa, Mayer, Wang,Wang,Workman, & Christensen, (2011)	Linking ethical leadership to employee performance: The roles of leader-member exchange, self-efficacy, and organizational identification	72 supervisors and 201 immediate direct reports	Etical leadership, performance, LMX, self efficacy, organizational identification
37	Walumbwa, Cropanzano & Hartnell, (2009)	Organizational justice, voluntary learning behavior, and job performance: A test of the mediating effects of identification and leader-member exchange	398 employees and their supervisors (44) of a large automobile dealership organization in United States	Organizational justice job performance learning behavior, identification
38	Wang,Tseng, Yen & Huang, (2011)	University Staff Performance Evaluation Systems, Organizational Learning, And Organizational Identification in Taiwan	714 University Staff	University Staff Performance Evaluation Systems Organizational Learning, Organizational Identification
39	Ye, Liu, Chu, Zhang & Guo (2021)	Effects of personality on job burnout and safety performance of high-speed rail drivers in China: the mediator of organizational identification	273 high-speed rail (HSR) drivers	personality job burnout safety performance organizational identification
40	Zhang, Liu, Wang & Shen, (2011)	Service climate and employee service performance: exploring the moderating role of job stress and organizational identification	368 frontline employees / 45 managers from bank sector in China	Service climate a Employee service performance organizational identification
41	Zhao, Tian, Wen & Gao (2021)	Charismatic leadership and millennial employee innovation performance relationship mediated by employees' leadership, professional, and organizational identification	361 millennial employees	Charismatic leadership Employee innovation performance organizational identification
42	Zhong, Gong, Shenkar, Luo, Xiao & Zhao (2021)	Managing the hearts of boundary spanners: CEO organizational identification and international joint venture performance	185 China-based international joint ventures	CEO organizational identification international joint venture performance

43	DeConinck, (2011)	The effects of leader-member exchange and organizational identification on performance and turnover among salespeople	356 salespeople	LMX,organizational identification, performance, turnover
44	Efraty & Wolfe, (1988)	The effect of organizational identification on employee affective and performance responses	215 service deliverers	employee affective responses (job satisfaction and alienation) performance responses (task involvement, investment of effort and performance effectiveness) organizational identification
45	Kia, Halvorsen & Bartram, (2019)	Ethical leadership and employee in-role performance: The mediating roles of organisational identification, customer orientation, service climate, and ethical climate	233 bank employees in Australia	Ethical leadership in-role performance organisational identification
46	Ma, Liu, Liu, & Wang, (2016)	Job security and work performance in Chinese employees: The mediating role of organisational identification	212 supervisor-subordinate dyads from a Chinese air transportation group	Job security work performance organisational identification
47	Ming, Ganli, & Fulei, (2014).	High-performance work systems, organizational identification and job satisfaction: Evidence from china	358 telecom employees and their managers	High-performance work systems, organizational identification job satisfaction
48	Wu & Schäffer (2015)	Organisational identification and decision-making use of decoupled performance measurement systems	110 managers at Chinese subsidiaries of multinational corporations	Organisational identification decoupled performance measurement systems
49	Kim, Han & Baik, (2017)	Identification with the organization: The contribution to organizational financial performance	943 employees from 277 organizations in South Korea	Organisational identification financial performance
50	Akca, (2020)	Stratejik Liderlik, Performans Ve Örgütsel Özdeşleşme: Havacilik İşletmesi Çalişanlari Üzerinde Bir Araştirma	329 aviation sector employees	Strategic Leadership Performance Organizational Identification
51	Akdoğan, Cingöz & Köksal, (2020)	Ahlakî kimlik algisi, bağlamsal performans ve örgütsel özdeşleşme arasindaki ilişkileri belirlemeye yönelik bir çalişma	165 employees	Contextual performance Organizational identification Moral identiy
52	Aktaş & Akdemir, (2019)	İşe Adanmişlik ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisinin Performans Algisina Etkisi Üzerine Bir Araştirma	843 public servants	Work engagement organizational identification performance
53	Kabadayi & Türkay (2020)	Yönetsel gücün örgütsel güven performans ve özdeşleşme etkileşimi kapsamindaki rolü: Bodrum'daki otel işletmelerinde bir uygulama	388 4 and 5 star hotel employees in bodrum	Managerial power organizational trust, performance organizational identification

54	Koçoğlu, Erat, & İmamoğlu, (2019)	Emancipating Identity: The Differential Effect of Organizational Identification on Commitment and Performance	345 employees in the education sector,	Organizational Identification Commitment Individual Performance
55	Tuna, Bacaksiz & Seren, (2018)	The effects of organizational identification and organizational cynicism on employee performance among nurses	215 nurses working at different units in four hospitals in Istanbul	organizational identification organizational cynicism Performance
56	Bacaksiz, Tuna & Seren, (2017)	The Relationships between Organisational Identification, Job Performance, and Job Crafting: A Study Among Nurses	240 nurses	Organisational Identification Job Performance Job Crafting
57	Şantaş, Uğurluoğlu, Kandemir & Çelik, (2016)	Sağlik çalişanlarinda örgütsel sinizm, iş performansi ve örgütsel özdeşleşme düzeyleri arasindaki ilişkilerin incelenmesi	492 health personnels	Organizational cynicism Job Performance Organizational identification

Source: Created by the author.

Approximately 9% of the 57 empirical studies are dissertations and 91% are research articles. Having examined the distribution of the studies by years, the interest has increased with 14 studies between the years 2020-2021, which corresponds to 25% of the total studies.

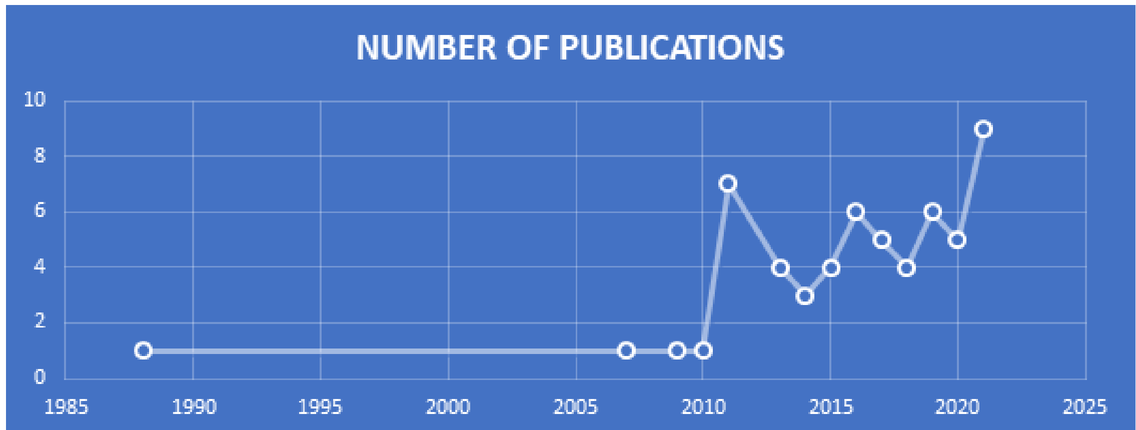


Figure 1: Distribution of Studies by Years

Source: Created by authors

Summarizing Studies Examining the Relationship Between Organizational Identification and Performance

The concept of performance is one of the most basic critical factors for the success of organizations in achieving sustainable competitive advantage and continuing their organizational life cycle. Performance is closely related to how well a business performs and how successful it is (https://dictionary.cambridge.org). This inclusive aspect causes it to be discussed under

various definitions and special titles. As a matter of fact, within the scope of the study, The relationship between organizational identification and performance has been examined in terms of the following variables: " brand performance, contextual performance, creative performance, employee in-role job performance, employee service performance, financial performance, firm innovation performance, independent sales contractor performance job performance, operational performance, organizational citizenship behavior (ocb) performance, performance (task involvement, investment of effort, and effectiveness), sales performance, task performance and team performance" . The results of the study on the relationship between organizational identification and performance are as follows:

Job performance is related to how much an employee contributes to an organization in every aspect. Basically, it is defined with two dimensions (Borman & Motowidlo, 1993). The first of these, Task performance, is related to the employees' presentation of certain work outputs within the job descriptions, in the specified time and quality. It is also defined as "in-role prescribed behavior- performance" (Koopmans et al., 2011). The second dimension, contextual performance, is a measure of the quality and effectiveness of the relationship that the employees, who have an important share in the effectiveness of the organization, establish with each other beyond just doing their jobs. It is a measure of an understanding that employees go beyond formal job descriptions, help, coach and support each other. It is also defined as extra-role behavior- performance (Koopmans et al., 2011). in general, it is seen that job performance is the most examined variable in the examined studies. Organizational identification has a significant effect on job performance. Especially in this effect, some variables affect organizational identification as an antecedent. Although employees need to increase the level of organizational identification in increasing the expectations for job performance, establishing a perception of justice in the organizations (Gillet, Colombat, Michinov, Pronost, & Fouquereau, 2013), considering employees' personality traits (He, Wang, Zhu, & Harris, 2015) and being a socially responsible organization (Carmeli, Gilat, & Waldman, (2007) seems to have a significant effect on this relationship. in addition, organizational identification has a positive effect on task performance or in-role performance (Liu, He, Jiang, Ji, & Zhai, 2020; Piccoli, Callea, Urbini, Chirumbolo, Ingusci & De Witte, 2017; Efraty & Wolfe, 1988) and especially the ethical leadership style (Kia, Halvorsen & Bartram, 2019) has a positive effect on this relationship. Also, it was determined that by making transactional and relational psychological contracts with gig workers, which became more intense with the pandemic period, their organizational identification and task performance would increase (Liu, He, Jiang, Ji, & Zhai, 2020). However, it has been determined that job insecurity experienced by employees (Dahiya, 2021; Piccoli, Callea, Urbini, Chirumbolo, Ingusci & De Witte, 2017) reduces the effect of organizational identification on task performance. Also, organizational identification has a positive effect on contextual or extra-role performance (Ma, Liu, Liu, & Wang, 2016); Dahiya, 2021; Akdoğan, Cingöz & Köksal, 2020). Ethical leadership style (Costa, Daher, Neves, & Velez, 2021) has a significant effect on organizational identification and this relationship increases extra role performance.

Brand performance: It is seen that there is a positive effect between brand performance and organizational identification, which expresses the perception of users towards the brand, and to what extent the previously determined targets for the brand are achieved. This was empirically revealed in a study conducted by Gammoh, Mallin, & Pullins (2021) on 256 sales people.

Creative and Innovative Performance: Businesses are trying to adapt to the industry environment where unpredictability is intensified and customer expectations are diversified, by introducing innovative products and services. in this process, the performance of organizations to produce ideas and solutions for these diversifying needs and put them on the market determine their creative and innovative performance. in this process, human resources, which are an important strategic resource, and their contribution to the innovative process are an important actors. Within the framework of this contribution, there is a positive effect with organizational identification and creative and innovative performance. in a study conducted on 332 employees and 65 companies, it has been empirically revealed that organizations that have adopted CSR policies increase the organizational identification levels of their employees and that this situation has a significant impact on the creation of innovative suggestions and products in the solution of new problems (Abdullah, Ashraf & Sarfraz, 2017). in addition, contrary to expectations, the existence of grouping within the organization (age, gender, etc.) and the heterogeneity of these groups increase organizational identification and innovation performance of the company (Leicht-Deobald, Huettermann, Bruch & Lawrence, 2021). Also, in a study conducted on 361 Y-generations in today's diversity-intensive organizational environment; the adoption of a Charismatic leadership style in the organization increases the effect of organizational identification on innovative performance (Zhao, Tian, Wen & Gao, 2021)

Financial performance: It is a performance type that measures how well an organization generates value by using its assets and measures the general financial situation of the company in a certain period. It is an important indicator of the effectiveness of management and the organization. It is seen that organizational identification has a significant effect on financial performance. in a comprehensive study conducted on 277 organizations and 943 employees in South Korea, the relationship between organizational identification and financial performance was examined. As a result of the study, a one-unit change in organizational identification increases financial performance by 5% (Kim, Han & Baik, 2017).

Sales, Service and Operational Performance: The performance of the employees during the business processes closely affects the overall performance of the organization. This is especially true in the service sector. in this context, the service, sales and operational performance of the employee is significantly affected by the level of organizational identification. in a study conducted by Conteh & Yuan (2021) on 467 bank personnel, organizational identification affects service performance in an organization with a high-performance work system that cares and supports employees. Again, in a study conducted on 196 retail salespeople in the shoe industry, organizational identification increases sales performance (Vieira, Da Silva, & Gabler, 2019). It has been empirically revealed that organizational identification positively affects operational

performance (Corsten, Gruen & Peyinghaus, 2011).

Team performance: in today's industrial environments, where the number of projects and network organizations is increasing, the effectiveness of teams established both within the organization and between organizations becomes an important issue. The performance of the established team is an issue on the agenda of both managers and academicians in achieving targets for large-scale and innovative works. in a study conducted on 214 medical staff, organizational identification significantly affects team performance. It is also emphasized that this effect can be increased by adopting Empowering Leadership.

As can be seen, there is a significant effect between organizational identification and performance. Empirical studies highlight this relationship. It is considered important to improve the awareness of management mechanisms on this issue.

Conclusion

Organizational identification is the voluntary participation of the employee in the goals and expectations of the organization and creating a similarity between the values and understanding of the organization and his own understanding and identity. in this context, job performance, which is defined as the achievement of certain goals within the framework of the job, role and organization, has a significant impact on performance. The studies in which this effect has been empirically revealed have been presented in a holistic way within the scope of the study. It is necessary to increase the organizational identification levels of the employees in order for performance. to increase the organizational identification level of the employees, it would be beneficial to focus on the leadership style in the organizational climate. Adoption of ethical, charismatic, empowering, and strategic leadership styles in modern management approaches increases organizational identification and performance. Again, this relationship could be increased by establishing an understanding of justice and trust in the organizational environment, supporting the employee, and adopting more CSR policies. in addition, in an organizational culture where the employee does not experience role conflict, but self-development and learning demands are met and offers job security also improve this relationship.

In today's organizational environment, where change and unpredictability are increasing, the level of organizational identification of the strategic human resource has vital importance in achieving the determined goals and an effective performance. in this context, it is a critical issue for decision-makers to determine the organizational identification levels of their employees to increase organizational effectiveness and performance. It is considered that making provisions against improving the level of organizational identification, both in the understanding of leadership displayed by the top management and within the scope of human resources policies, will contribute significantly to the sustainable competitive process of organizations.

References

1. Abdullah, M. I., Ashraf, S., & Sarfraz, M. (2017). The organizational identification perspective of CSR on creative performance: The moderating role of creative self-efficacy. Sustainability, 9(11), 2125.
2. Akca, M. (2020). Stratejik Liderlik, Performans ve Örgütsel Özdeşleşme: Havacilik İşletmesi Çalişanlari Üzerinde Bir Araştirma. Journal of Social Sciences/Sosyal Bilimler Dergisi, 34. 207-237
3. Akdoğan, A. A., Cingöz, A., & Köksal, O. (2020). Ahlakî Kimlik Algisi, Bağlamsal Performans Ve Örgütsel Özdeşleşme Arasindaki İlişkileri Belirlemeye Yönelik Bir Çalişma. Business & Management Studies: An International Journal, 8(4), 50-68.
4. Aktaş, K., & Akdemir, B. (2019). İşe Adanmişlik ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisinin Performans Algisina Etkisi Üzerine Bir Araştirma. in Journal of Social Policy Conferences (No. 77, pp. 307-348).
5. Bacaksiz, F. E., Tuna, R., & Seren, A. K. H. (2017). The relationships between organisational identification, job performance, and job crafting: A study among nurses. International Journal of Caring Sciences, 10(1), 251-259.
6. Borman, W. C., & Motowidlo, S. M. (1993). Expanding the criterion domain to include elements of contextual performance, in N. Schmitt & W. C. Borman (Eds.), Personnel Selection in Organizations, p. 71-98
7. Brewer, M. B. (1991). The social self: on being the same and different at the same time. Personality and Social Psychology Bulletin, 17(5), 475-482
8. Callea, A., Urbini, F. and Chirumbolo, A. (2016) The mediating role of organizational identification in the relationship between qualitative job insecurity, OCB and job performance, Journal of Management Development, 35 (6), 735-746.
9. Carmeli, A., Gilat, G., & Waldman, D. A. (2007). The role of perceived organizational performance in organizational identification, adjustment and job performance. Journal of Management Studies, 44(6), 972-992.
10. Chao, G; Cheng, P and Zheng, S.Y.(2011). The Study on the Relationship of Corporate Social Performance, Organizational Identification and Job Involvement. 2011 | Proceedings of The 7th Euro-Asia Conference on Environment And Csr: Technological Innovation And Management Science Session, pp.208-215
11. Chen, S. Y., Wu, W. C., Chang, C. S., Lin, C. T., Kung, J. Y., Weng, H. C., & Lee, S. I. (2015). Organizational justice, trust, and identification and their effects on organizational commitment in hospital nursing staff. BMC Health Services Research, 15(1), 363
12. Chen, Y.-C., Chi, S.-C. S., & Friedman, R. (2013). Do more hats bring more benefits? Exploring the impact of dual organizational identification on work-related attitudes and performance. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 86(3), 417-434.
13. Cheney G. (1983) on the various and changing meanings of organizational membership: a field study of organizational identification. Commun Monogr , 50(4):342-362
14. Chughtai, A. A., & Buckley, F. (2010). Assessing the effects of organizational identification on in?role job performance and learning behaviour: The mediating role of learning goal orientation. Personnel Review. 9 (2), 242-258.
15. Conteh, S.B. & Yuan, Y. (2021), The impact of high performance work system on employee service performance: the role of organizational support and organizational identification, International Journal of Productivity and Performance Management, Vol. ahead-of-print No. ahead-of print. https://doi.org/10.1108/IJPPM-08-2020-0439
16. Corsten, D., Gruen, T., & Peyinghaus, M. (2011). The effects of supplier-to-buyer identification on operational performance-An empirical investigation of inter-organizational identification in automotive relationships. Journal of Operations Management, 29(6), 549-560.
17. Costa, S., Daher, P., Neves, P., & Velez, M. J. (2021). The interplay between ethical leadership and supervisor organizational embodiment on organizational identification and extra-role performance. European Journal of Work and Organizational Psychology, 1-12.
18. Dahiya, R. (2021, June). Insecure people can eclipse your sun; so identify before it is too late: revisit to the nexus between job insecurity, organizational identification and employee performance behaviour. in Evidence-based HRM: a Global Forum for Empirical Scholarship. Emerald Publishing Limited.

19. DeConinck, J. B. (2011). The effects of leader-member exchange and organizational identification on performance and turnover among salespeople. Journal of Personal Selling & Sales Management, 31(1), 21-34.
20. Dick, R., Wagner, U., Stellmacher, J., & Christ, O. (2004). The utility of a broader conceptualization of organizational identification: Which aspects really matter? Journal of Occupational and Organizational Psychology, 77(2), 171-191.
21. Edwards, M. R. (2005). Organizational identification: A conceptual and operational review. International journal of management reviews, 7(4), 207-230.
22. Efraty, D., & Wolfe, D. M. (1988). The effect of organizational identification on employee affective and performance responses. Journal of Business and Psychology, 3(1), 105-112.
23. Farrell, M. A., & Oczkowski, E. (2012). Organisational identification and leader member exchange influences on customer orientation and organisational citizenship behaviours. Journal of Strategic Marketing, 20, 365-377.
24. Finch, D.J., Abeza, G., O'Reilly, N. & Hillenbrand, C. (2018) Organizational identification and independent sales contractor performance in professional services, Journal of Services Marketing, 32(4), 373-386
25. Gammoh, B.S., Mallin, M.L. & Pullins, E.B. (2021) Dual foci of identification: the role of salesperson brand and organizational identification in driving brand performance, Journal of Product & Brand Management, 30 (6), 866-882.
26. Gillet, N., Colombat, P., Michinov, E., Pronost, A. M., & Fouquereau, E. (2013). Procedural justice, supervisor autonomy support, work satisfaction, organizational identification and job performance: The mediating role of need satisfaction and perceived organizational support. Journal of Advanced Nursing, 69(11), 2560-2571.
27. Guo, M., Liao, G., & Liu, R. (2015). Contributions Organizational Identification, Job Performance and Job Satisfaction: Evidence from China New Generation Employees. in LISS 2014 (pp. 993-1002). Springer, Berlin, Heidelberg.
28. He, H., Wang, W., Zhu, W.& Harris, L. (2015) Service workers' job performance: The roles of personality traits, organizational identification, and customer orientation, European Journal of Marketing, 49 (11/12), 1751-1776.
29. Hekman, D.R., Steensma, H.K., Bigley, G.A. & Hereford, J.F. (2009). Effects of organizational and professional identification on the relationship between administrators' social influence and professional employees' adoption of new work behavior. Journal of Applied Psychology, 94, 1325-1335
30. Homburg, C., Wieseke, J., & Hoyer, W. D. (2009). Social identity and the service-profit chain. Journal of Marketing, 73, 38-54.
31. İşcan, Ö. F. & Karabey,C. N. (2009). Örgütsel Özdeşleşme, (Editörler: Keser, A., G. Yilmaz ve Yürür, S.), Çalişma Yaşaminda Davraniş: Güncel Yaklaşimlar, Umuttepe Yayinlari, Kocaeli
32. Kabadayi, M., & Türkay, O. (2020). Yönetsel gücün örgütsel güven-performans ve özdeşleşme etkileşimi kapsamindaki rolü: Bodrum'daki otel işletmelerinde bir uygulama. Yönetim Bilimleri Dergisi, 18(35), 111-139.
33. Kara, E. , Kirpik, G. & Kaya, A. (2021). The Mediating Role of Organizational Identification in the Effect of Perceived Organizational Support on Employee Performance . Sosyoekonomi, 29 (49) , 47-64
34. Kia, N., Halvorsen, B. & Bartram, T. (2019) Ethical leadership and employee in-role performance: The mediating roles of organisational identification, customer orientation, service climate, and ethical climate, Personnel Review, 48 (7), 1716-1733.
35. Kim, K. Y., Han, J. H., & Baik, K. (2017). Identification with the organization: The contribution to organizational financial performance. in Academy of Management Proceedings (Vol. 2017, No. 1, p. 14974). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
36. Koçoğlu, İ., Erat, S., & İmamoğlu, S. Z. (2019). Emancipating Identity: The Differential Effect of Organizational Identification on Commitment and Performance. EMAJ: Emerging Markets Journal, 9(2), 8-16.
37. Koopmans, L., Bernaards, C. M., Hildebrandt, V. H., Schaufeli, W. B., de Vet Henrica, C. W., & van der Beek, A. J. (2011). Conceptual frameworks of individual work performance: A systematic review. Journal of occupational and environmental medicine, 53(8), 856-866.
38. Kreiner, G.E. & Ashforth, B.E. (2004) Evidence toward an expanded model of organizational identification,

Journal of Organizational Behavior, 25 (1), 1-27

39. Kumar, M., & Jauhari, H. (2016). Satisfaction of learning, performance, and relatedness needs at work and employees' organizational identification. International Journal of Productivity and Performance Management. 65 (6), 760-772.
40. Lee, E. S., Park, T. Y., & Koo, B. (2015). Identifying organizational identification as a basis for attitudes and behaviors: A meta-analytic review. Psychological bulletin, 141(5), 1049.
41. Leicht Deobald, U., Huettermann, H., Bruch, H., & Lawrence, B. S. (2021). Organizational Demographic Faultlines: Their Impact on Collective Organizational Identification, Firm Performance, and Firm Innovation. Journal of Management Studies. 58 (8), 2240-2274
42. Liu, F., Chow, I.H.-S. & Huang, M. (2020) High-performance work systems and organizational identification: The mediating role of organizational justice and the moderating role of supervisor support, Personnel Review, 49 (4), 939-955.
43. Liu, H. H., & Shieh, C. J. (2015). A study on the correlations among empowering leadership, organizational identification, and team performance in medical industry. Studies on Ethno-Medicine, 9(1), 9-17.
44. Liu, S., Ye,L. & Guo,M. (2016) High-performance work systems and job satisfaction: Mediation role of organizational identification, 2016 International Conference on Logistics, Informatics and Service Sciences (LISS), 2016, pp. 1-5, doi: 10.1109/LISS.2016.7854378.
45. Liu, W., He, C., Jiang, Y., Ji, R., & Zhai, X. (2020). Effect of gig workers' psychological contract fulfillment on their task performance in a sharing economy-A perspective from the mediation of organizational identification and the moderation of length of service. International journal of environmental research and public health, 17(7), 2208.
46. Liu, Y., Loi, R., & Lam, L. W. (2011). Linking organizational identification and employee performance in teams: The moderating role of team-member exchange. The International Journal of Human Resource Management, 22(15), 3187-3201.
47. Lu, H., Yue, A., Han, Y., & Chen, H. (2018). Exploring the effect of different performance appraisal purposes on miners' organizational citizenship behavior: the mediating role of organization identification. Sustainability, 10(11), 4254.
48. Ma, B., Liu, S., Liu, D., & Wang, H. (2016). Job security and work performance in Chinese employees: The mediating role of organisational identification. International Journal of Psychology, 51(2), 123-129.
49. Mael, F.A. & Ashforth, B.E. (1992) Alumni and their Alma Mater: a partial test of the reformulated model of organizational identification, Journal of Organizational Behavior, 13(2), 103-123
50. Miao, Q., Eva, N., Newman, A., & Schwarz, G. (2019). Public service motivation and performance: The role of organizational identification. Public Money & Management, 39(2), 77-85.
51. Ming, G., Ganli, L., & Fulei, C. (2014). High-performance work systems, organizational identification and job satisfaction: evidence from China. Pakistan Journal of Statistics, 30(5). 751-766
52. Newman, D. A., & Harrison, D. A. (2008). Been there, bottled that: Are state and behavioral work engagement new and useful construct "wines"? Industrial and Organizational Psychology, 1, 31-35.
53. Piccoli, B., Callea, A., Urbini, F., Chirumbolo, A., Ingusci, E.& De Witte, H. (2017) Job insecurity and performance: the mediating role of organizational identification, Personnel Review, 46(8), 1508-1522
54. Reina, C. S., Zhang, Z., & Peterson, S. J. (2014). CEO grandiose narcissism and firm performance: The role of organizational identification. The leadership quarterly, 25(5), 958-971.
55. Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. Journal of vocational behavior, 66(2), 358-384.
56. Schaubroeck, J. M., Peng, A. C., & Hannah, S. T. (2013). Developing trust with peers and leaders: Impacts on organizational identification and performance during entry. Academy of Management Journal, 56(4), 1148-1168.
57. She, Q.F. & Ye, L.(2016). Study on the Impact of Medical Staffs Organizational Identification and Job Satisfaction on Their Job Performance. Proceedings of The Third International Symposium - Management, Innovation & Development, Bks One & Two , pp.891-894
58. Showail, S. J., McLean Parks, J., & Smith, F. L. (2013). Foreign workers in Saudi Arabia: a field study of role

ambiguity, identification, information-seeking, organizational support and performance. The International Journal of Human Resource Management, 24(21), 3957-3979.

59. Şantaş, F., Uğurluoğlu, Ö., Kandemir, A., & Çelik, Y. (2016). Sağlik çalişanlarinda örgütsel sinizm, iş performansi ve örgütsel özdeşleşme düzeyleri arasindaki ilişkilerin incelenmesi. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(3), 867-886.
60. Tajfel, H. (1978) The achievement of group differentiation. in H. Tajfel (Ed.), Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations (pp. 77-98). London: Academic Press
61. Tajfel, H., & Turner, J. C. (1985) The social identity theory of intergroup behavior. in S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), Psychology of intergroup relations (2nd ed., pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall
62. Tarakci, M., Ateş, N. Y., Floyd, S. W., Ahn, Y., & Wooldridge, B. (2018). Performance feedback and middle managers' divergent strategic behavior: The roles of social comparisons and organizational identification. Strategic management journal, 39(4), 1139-1162.
63. Terzioglu, F., Temel, S., & Uslu Sahan, F. (2016). Factors affecting performance and productivity of nurses: professional attitude, organisational justice, organisational culture and mobbing. Journal of Nursing Management, 24(6), 735-744
64. Traeger, C., & Alfes, K. (2019). High-performance human resource practices and volunteer engagement: the role of empowerment and organizational identification. VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations, 30(5), 1022-1035.
65. Tuna, R., Bacaksiz, F. E., & Seren, A. K. H. (2018). The effects of organizational identification and organizational cynicism on employee performance among nurses. International Journal of Caring Sciences, 11(3), 1707-1714.
66. Türen, U., Erdem, H., & Çamoğlu, A. (2017). The effects of perceived quality of organizationally provided meal service on employees' job performance and mediating role of organizational identification. Journal of Workplace Behavioral Health, 32(1), 49-71.
67. URL 1: https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/performance
68. Van Dick, R., Christ, O., Stellmacher, J., Wagner, U., Ahlswede, O., Grubba, C., ... & Tissington, P. A. (2004). Should I stay or should I go? Explaining turnover intentions with organizational identification and job satisfaction. British journal of management, 15(4), 351-360.
69. Van Dick, R., Grojean, M., Christ, O. and Wieseke, J. (2006) Identity and the extra mile: relationships between organizational identification and organizational citizenship behaviour, British Journal of Management, 17(4), 283-301.
70. Van Dick, R., van Knippenberg, D., Kerschreiter, R., Hertel, G., & Wieseke, J. (2008). Interactive effects of work group and organizational identification on job satisfaction and extra-role behavior. Journal of Vocational Behavior, 72, 388-399.
71. Van Knippenberg, D. (2000). Work motivation and performance: A social identity perspective. Applied psychology, 49(3), 357-371.
72. Vieira, V.A., da Silva, J.D. & Gabler, C. (2019) Overcoming over-identification: The power of organizational prestige in optimizing sales performance, Marketing Intelligence & Planning, 37(3), 258-270
73. Walumbwa, F. O., Cropanzano, R., & Hartnell, C. A. (2009). Organizational justice, voluntary learning behavior, and job performance: A test of the mediating effects of identification and leader?member exchange. Journal of Organizational Behavior, 30(8), 1103-1126.
74. Walumbwa, F. O., Mayer, D. M., Wang, P., Wang, H., Workman, K., & Christensen, A. L. (2011). Linking ethical leadership to employee performance: The roles of leader-member exchange, self-efficacy, and organizational identification. Organizational behavior and human decision processes, 115(2), 204-213.
75. Wang, H. K., Tseng, J. F., Yen, Y. F., & Huang, I. C. (2011). University Staff Performance Evaluation Systems, Organizational Learning, and Organizational Identification in Taiwan. Social Behavior & Personality: an international journal, 39(1), 43-54
76. Wu, Y., & Schäffer, U. (2015). Organisational identification and decision-making use of decoupled performance measurement systems. China Journal of Accounting Studies, 3(2), 109-135.

77. Ye, L., Liu, S., Chu, F., Zhang, Q., & Guo, M. (2021). Effects of personality on job burnout and safety performance of high-speed rail drivers in China: the mediator of organizational identification. Journal of Transportation Safety & Security, 13(7), 695-713.

78. Zhang, R. Y., Liu, X. M., Wang, H. Z., & Shen, L. (2011). Service climate and employee service performance: Exploring the moderating role of job stress and organizational identification. The Service Industries Journal, 31(14), 2355-2372.

79. Zhao, C., Tian, G., Wen, Z., & Gao, X. (2021). Charismatic leadership and millennial employee innovation performance relationship mediated by employees' leadership, professional, and organizational identification. Social Behavior and Personality: an international journal, 49(1), 1-11.

80. Zhong, B. J., Gong, Y., Shenkar, O., Luo, Y., Xiao, Z., & Zhao, S. (2021). Managing the hearts of boundary spanners: CEO organizational identification and international joint venture performance. Asia Pacific Journal of Management, 1-33.



11.

Green Organizational Identity and Identification: A Conceptual and Literature Focused Examination

YEŞİL ÖRGÜT KİMLİĞİ: KAVRAM VE LİTERATÜR ODAKLI BİR İNCELEME

İbrahim Yikilmaz*

Abstract

Climate crises experienced on a global scale and many negative events associated with them are among the issues that both governments and customers emphasize. Especially in this regard, important decisions and binding policies are being developed on the scale of both civil organizations and the United Nations. This situation obliges organizations to both observe the regulations and requirements in their relationship with nature and adopt a nature-compatible good and service delivery within the scope of customer expectation. At this point, the concept of "green organizational identity", which adopts an environment-oriented management approach based on the theory of Organizational Identity, comes to the fore. Undoubtedly, the contribution of the employees is great in the formation of a green organizational identity that prioritizes the environment and in the implementation of green organizational goals and values. in this context, the employee's adoption of goals and values for green organizational identity is defined as "green organizational identification". Although the number of studies on organizational identity is increasing day by day, the relatively low number of studies examining the green paradigm necessitated an analysis of the status of studies dealing with the subject in the literature. in this context, it is aimed to examine the studies based on the

***Research Assistant, Kocaeli University, Department of Business Administration.**

green organization identity and to raise awareness for future studies in this direction. For this purpose, studies examining green organizational identity and green organizational identification from publications in various indexes (Ulakbim, Scopus, web of science, and Proquest) were classified and examined under the titles of "author, publication year, and variables". Some of the studies were eliminated by considering the inclusion criteria of the research and the remaining 11 empirical studies were discussed in detail. A holistic approach to the antecedents and consequences of green organizational identity and identification is presented. to meet the expectations of all stakeholders of the organizations and to make it sustainable, the issues related to increasing the managerial activities and performances were mentioned and suggestions were made. While the results of the study increase awareness about the development of green organizational identities of businesses that play important roles in terms of sustainable competition and environment, It is considered that it will make important contributions to the literature in terms of presenting all empirical studies carried out in the perspective of green organizational identity and identification.

Keywords: Green Organizational Identity, Green Organizational Identification, Green Management, Literature Review, Antecedents, Consequences

ÖZET

Küresel ölçekte deneyimlenen iklim krizleri ve bununla ilişkili birçok olumsuz olay, gerek hükümetlerin gerekse müşterilerin üzerinde önemle durdukları konular arasında yer almaktadır. Özellikle bu konuda hem sivil örgütler hem de birleşmiş milletler ölçeğinde önemli kararlar ve bağlayıcı politikalar geliştirilmektedir. Bu durum örgütlerin doğa ile kurduğu ilişkide hem yasal düzenleme ve gerekleri gözetmelerini hem de müşteri beklentisi kapsamında doğa ile uyumlu bir mal ve hizmet sunumu benimsemelerini zorunlu kılmaktadır. İşte bu noktada örgüt kimliği teorisine dayalı çevre odaklı bir yönetim anlayışını benimseyen "yeşil örgütsel kimlik" kavramı gündeme gelmektedir. Örgütün çevreyi öncülleyen bir kimliğe sahip olmasında, yeşil örgütsel hedef ve değerlerin uygulanmasında şüphesiz ki çalışanların katkısı büyüktür. Nitekim çalışanın yeşil örgüt kimliğine yönelik hedef ve değerlerini benimsemesi ise "yeşil örgütsel özdeşleşme" olarak tanımlanmaktadır. Örgüt kimliğine yönelik çalışmaların sayısı her geçen gün artsa da, yeşil paradigmayı benimseyen akademik çalışmaların görece sayısının az olması, literatürde konuyu ele alan çalışmaların durumuna yönelik bir analizi gerekli kılmıştır. Bu kapsamda çalışmada yeşil örgüt kimliğini ve yeşil örgütsel özdeşleşmeyi esas alan çalışmaların incelenmesi ve bu yönde ileriki çalışmalara bir farkındalık yaratılması amaçlanmıştır. Bu amaca uygun olarak çeşitli indekslerde taranan (Ulakbim, Scopus, WebofScience ve Proquest)) yayınlardan yeşil örgüt kimliği ve yeşil örgütsel özdeşleşmeyi inceleyen çalışmalar, "yazar, yayın yılı ve incelenen değişkenler" başlıkları altında sınıflandırılarak, incelenmiştir. Elde edilen çalışmalardan araştırmanın dahil olma kriteri gözetilerek bir kısmı elenmiş ve geriye kalan 11 ampirik çalışma ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Yeşil örgütsel kimliğin ve yeşil örgütsel özdeşleşmenin öncülleri ve sonuçlarına yönelik bütüncül bir yaklaşım sunulmuştur. Örgütlerin tüm paydaşlarının beklentilerinin sürdürülebilir şekilde karşılanması adına, yönetimsel etkinliğin ve performansın arttırılmasına yönelik hususlara değinilmiş ve somut

önerilerde bulunulmuştur. Çalışmanın sonuçlarının sürdürülebilir bir rekabet ve refah içeren bir yaşam ortamı adına önemli roller üstlenen işletmelerin, yeşil örgüt kimliklerinin geliştirilmesine yönelik farkındalığı arttırırken, yeşil örgüt kimliği ve yeşil örgütsel özdeşleşme perspektifinde yürütülen tüm ampirik çalışmaları toplu bir şekilde öncül ve sonuçları içererek bütüncül bir şekilde sunması yönüyle literatüre önemli katkılarının olacağı değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Örgüt Kimliği, Yeşil Örgütsel Özdeşleşme, Yeşil Yönetim, Literatür İncelemesi, Öncüller, Sonuçlar

Introduction

Today's industrial environments have an unpredictable and change-oriented structure with the rapid and radical changes experienced in the current century. This change and turbulence-based environment has built today's socio-economic life practice. However, the rapid growth of organizations and the intense use of resources have created environmental problems and permanent environmental damage. While this situation was criticized by some local movements, it is now tried to be brought under control with environmental movements and legal regulations on a global scale. The expectations created specifically for these customers and governments have increased with the intensification of negative situations (such as the climate crisis…) experienced on a global scale. For example, Paris Agreement on Climate Change (2015), the European Union environmental directive (WEEE, ROHS, and EuP) (2003), and the Kyoto Protocol (2005) are regulations that expect radical changes from organizations on a global scale. Organizations gain a sustainable competitive advantage to the extent that they meet the expectations of the changing internal and external environment. Especially, environmental awareness and regulations for this have come to the fore among the expectations that have diversified recently (Chen & Chang, 2012). These developments affect businesses both economically and in terms of performance (Tseng et al., 2013). Adding to these expectations, the effective, clean and sustainable use of resources, which is emphasized by stakeholders, is another factor that creates pressure. As a matter of fact, the predominance of environmentalist understanding among the priorities of the stakeholders within the framework of an effective governance necessitates a change in the management understanding and identities of the organizations. Large enterprises have begun to pioneer changes that emphasize awareness of environmental issues in their strategic plans and practices. This approach has brought the concepts of "green management" and "green organizational identity" to the agenda of both administrators and academics. in this framework, the "green organizational identity", in which the "green" and "environmentally aware" understanding is accepted in the organizational environment, comes to the fore. in the formation of the green organizational identity, the employees' adoption of the requirements of this identity has a decisive place. "Green organizational identification" is defined as the fact that employees contribute to this basic strategy of the organization in a way that includes extra-role behavior and establishes a connection between organizational goals and their own expectations and identity. Green organizational identification is an important factor in the construction of green management and identity. It provides important contributions both in achieving organizational goals and

in the development of an environmentalist understanding and value creation process. It also has a decisive place in the organization's competitive advantage (Bernal-Conesa, de Nieves Nieto, & Briones-Peñalver, 2017; Chang & Chen, 2013). Again, it is seen that the perception and interest of large enterprises towards green transformation is higher than SMEs (Chang, & Chen, (2013). However, the high volume of SMEs in industries on a global scale makes it necessary to raise awareness about green organizational identification. Besides, the concepts of "green organizational identity" and "green organizational identification", which redefine the conditions of competition, have been examined by a very limited number of studies in the literature. It is clear that there is a need for a study that emphasizes the antecedents and consequences and directs the attention of organizations to these important variables. in order to fill this gap in the literature; the concepts of "green organizational identy" and "green organizational identification" were examined with a literature-based study within the scope of their effects on organizational outputs and their antecedents. First of all, the concepts (green organizational identity and green organizational identification) were defined, and then the results of the studies examining these concepts from the publications in various indexes (Ulakbim, Scopus, WebofScience and Proquest) were summarized within the framework of the contribution of the concept to the organization. in addition, possible antecedent and consequenses of green organizational identification and green organizational identity are presented as a holistic model. It is evaluated that the results of the study will make significant contributions to managerial effectiveness, with the emphasis on the positive contribution of GOI to social and economic welfare in terms of sustainable competition, and to literature with examining the studies on the concepts of green organizational identity and identification (GOI) in a holistic way.

TheoretIcal Framework

Green Organizational Identity and Identification

The climate crises experienced on a global scale and shrinking natural habitats force customers and supervisory authority to be environmentally aware in the profit processes of businesses. This "green" oriented approach has now become a driving force that redesigns the industry competitive environment, rather than being a choice. As a matter of fact, presenting green products that care about the environment provides a significant competitive advantage (Bernal-Conesa, de Nieves Nieto, & Briones-Peñalver, 2017; Chang & Chen, 2013). in this way, organizations with environmentalist priorities are defined by the "green organizational identity". Green organizational identity is "an interpretive scheme about environmental management and protection that members collectively construct to provide meaning to their behaviors"(Chen, 2011). Employees are the most important actors in adopting an environmentally aware understanding and identity in the organizational environment (Norton, Zacher, Parker, Ashkanasy, 2017). The fact that employees adopt a green and environment-oriented approach and integrate them into business processes and innovation performances strengthens the competitiveness of organizations. At this point, the concept of "green organizational identification" draws attention. The framework in the background of the

concept is the same with organizational identification, which is considered as the employee's identification with some characteristics of his organization and defining himself with this organization (Mael & Ashforth, 1992).

The identity of the organization and the mechanism of identification of the employee with this identity can be explained as follows. Organizational identity (Albert & Whetten, 1985), as an important factor directing the behavior of employees in the organizational environment, refers to the meaning that employees attribute to a collectively shared event or phenomenon (Gioia, 1998). Again, in the organizational identification process, the cognitive and emotional closeness of the employee towards the organization leads him to understand the goals and expectations of the organization (Hekman et al., 2009). in this way, employees internalize the understanding of being green and aware to the environment and its contributions to organization and themselves. This situation can be explained within the framework of Social Identity Theory. Social identity theory argues that there is an interaction between the individual's own identity and the social environment. It is the construction of an identity by feeling belonging to that social group within the scope of "membership, shared feelings or values" in the experience of social phenomena in the relationship that an individual establishes with his/her social environment. The individual identifies himself with that social group within the framework of the values that the social group defends and the understanding it serves. in this way, an identity evolution takes place from "me to us" (Brewer, 1991:476). in other words, the environmental awareness of the organization affects the individual identity of the employee and his social identity is identified with the organizational identity. This creates an integration and synergy between the organization and the employee. Working with this strong bond adds value beyond what is expected from employee within the framework of extra-role behavior to the environment-friendly value creation mechanisms of the organization. This situation creates the "green organizational identification".

In recent years, thanks to effective governance and developing information and communication technologies, all kinds of stakeholders put significant pressure on organizations to use their resources more effectively and to reflect this activity on the profitability of the business (Bundgaard, Mosgard, & Remmen, 2017). This situation requires a more environment friendly, cleaner, sustainable production and service delivery model. Organizations should carry out their production and service delivery processes not only within the scope of profit, their own expectations and goals, but also with a socially responsible identity within a culture and understanding that includes everyone in the governance process (Yıkılmaz, 2020). At this point, "green organizational identity and green organizational identification" have important contributions on organizational outputs. These concepts offer a significant competitive advantage over other organizations, especially in turbulent and unpredictable industrial environments (Geraie, & Rad, 2015). They also have a decisive effect on the innovation and creativity performance of organizations (Liu, & Zhao, 2019; Dalvi & Janati, 2014; Chang, & Chen, 2013; Song, & Yu, 2018).

It is clear that the "green management" approach, which reshapes today's competitive

environment, has important and transformative effects on organizations from business processes to business models, organizational culture and identity. However, despite its positive contribution to both the formation of green and environmentalist understanding and organizational outputs, a limited number of studies deal with the concept of "green organizational identification and green organizational identity". in this context, in the next part of the study, antecedents and consequences of green organizational identity and identification will be discussed within the framework of empirical studies in the literature and presented with a holistic model.

Methodology

To examine the studies on green organizational identity and identification, the studies in the literature were determined. in the determination of these studies, the criteria of having the quality of an empirical study (conducted qualitatively or quantitatively) that examines green organizational identity and identification, published in any time period, were taken as basis. in order to reach the aforementioned studies, a search was conducted in the electronic databases of "Ulakbim, Scopus, Web of Science and Proquest". While searching, Key words as "green organizational identity", "green organizational identification", "yeşil örgüt kimliği", "yeşil örgütsel özdeşleşme" were used. As a result of the advanced search, 44 publications were reached. Among the 44 publications, those that repeated and did not meet the criteria for inclusion in the study were eliminated and the research continued with the remaining 11 studies. These 11 studies include all empirical publications that can be accessed from databases. The publications included in the study were classified according to the "author", "date of publication", "type of research", "sample" and "research variables". Subsequently, the empirical results highlighted in the researches within the scope of green organizational identity and identification; findings and suggestions were shared.

Findings

The publications to be evaluated in accordance with the main purpose of the study in various databases were determined as 11 as a result of the necessary examinations, and the descriptive information of these publications is presented in Table 1.

Table 1:Descriptive Information of Empirical Studies on Green Organizational Identification and Identiy

	Author/s	Title	Sample	Examined Variables
1	Chang, & Chen, (2013)	Green organizational identity and green innovation	138 various levels of managers	Green organizational identity green innovation
2	Chen, (2011)	Green organizational identity: sources and consequence	138 mangers in maufacturing company	Green organizational identity Environmental organizational culture Environmental leadership Green competitive advantage
3	Soewarno,Tjahjadi, & Fithrianti, (2019)	Green innovation strategy and green innovation: The roles of green organizational identity and environmental organizational legitimacy	100 company in Indonesia	Green innovation strategy Green organizational identity Green innovation Environmental organizational legitimacy Green innovation
4	Song & Yu, (2018)	Green Innovation Strategy and Green Innovation: The Roles of Green Creativity and Green Organizational Identity	135 managers in China	Green Innovation Strategy Green Innovation Green Organizational Identity
5	Chang,Chen,Luan, & Chen, (2019)	Effect of Green Organizational Identity, Green Shared Vision, and Organizational Citizenship Behavior for the Environment on Green Product Development Performance	475 employees	Green Organizational Identity, Green Shared Vision, Organizational Citizenship Behavior for the Environment Green Product Development Performance
6	Song, Ren & Yu, (2019)	Bridging the gap between corporate social responsibility and new green product success: The role of green organizational identity	150 company in China	Corporate social responsibility new green product success green organizational identity
7	Liu, Mei, & Guo, (2021)	Green human resource management, green organization identity and organizational citizenship behavior for the environment: the moderating effect of environmental values	252 participants from 3 manufacturing enterprises,	Green human resource management, Green organization identity Organizational citizenship behavior for the environment: environmental values

8	Zhu,Tang,Wang & Chen, (2021)	The Influence of Green Human Resource Management on Employee Green Behavior—A Study on the Mediating Effect of Environmental Belief and Green Organizational Identity	228 employees from manufacturing enterprises in China	Human Resource Management Environmental Belief Green Organizational Identity
9	Chang & Hung, (2021)	How to Shape the Employees' Organization Sustainable Green Knowledge Sharing: Cross-Level Effect of Green Organizational Identity Effect on Green Management Behavior and Performance of Members	73 supervisors and 583 subordinates in Taiwan's small- or medium-sized enterprises	Green Knowledge Sharing Green Organizational Identity Green Management Behavior Performance of Members
10	Mushtaq, Zubair, Khan & Khurram, (2019)	Mediating Role of Environmental Commitment between Green Organizational Identity and Green Innovation Performance	110 employees and managers	Environmental Commitment Green Organizational Identity Green Innovation Performance
11	Dalvi & Janati, (2014)	The study effect of green organizational identity on green innovation	80 top, middle manager and employees	green organizational identity green innovation performance

All of the 11 empirical studies reached are research articles (Figure 1). in the figure 1,which present the distribution of the studies by years, it is seen that the awareness of the concept has increased since 2019, and a ratio that corresponds to 73% of the total studies with a total of 8 studies.

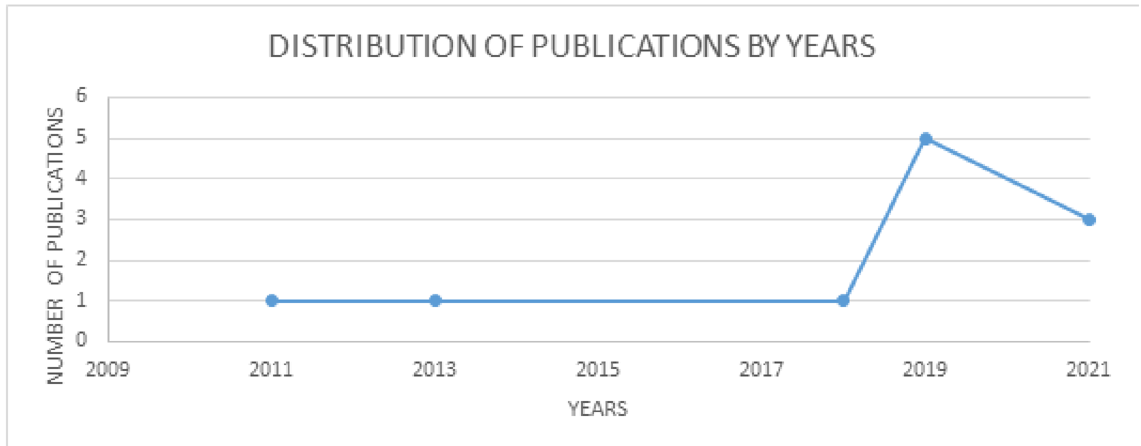
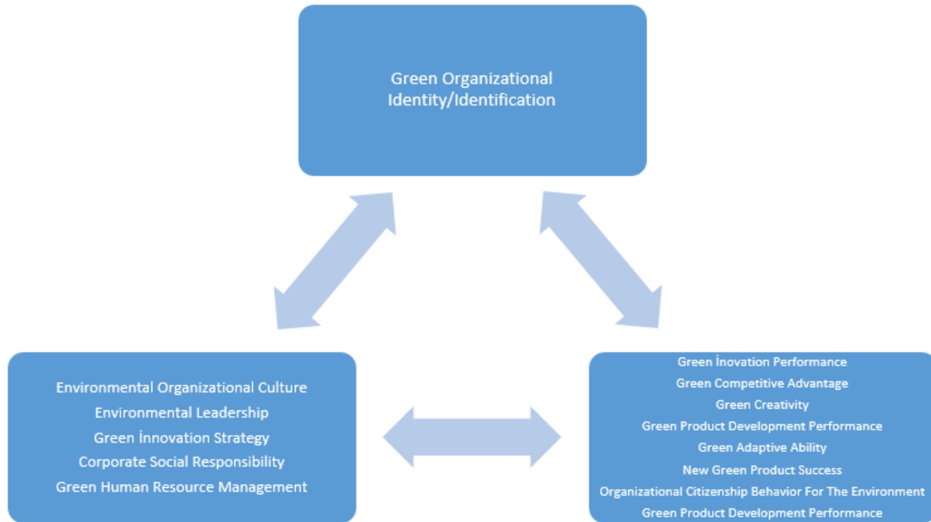


Figure 1: Distribution of Studies by Years

Source: Created by the author.

The Antecedents and Consequences of Green Organizational Identiy and Identification

As presented in Figure 2, the relationship between various variables and green organizational identity and identification was examined in all of the studies. in this relationship, "green innovation" and "green innovation performance" were mostly considered as outcome variables, while green "innovation strategy", "leadership style" and "CSR" were examined as antecedent.



Şekil2: The Antecedents and Consequences of Green Organizational Identiy and Identification
Source: Created by the author.

The Results From Studies Examining These Variables Are As Follows

The culture of organizations expresses a collective attitude towards shared values and understanding throughout the organization. in this context, it causes all stakeholders of the organization to have certain tendencies in the relations and business processes they establish. in this context, organizational culture has a significant impact on organizational outputs. Having environmental organizational culture as a quality in the culture of the organization is an important factor in the formation of green organizational identity. in a study conducted by Chen (2011) on 138 managers and employees working in manufacturing companies, a positive relationship was determined between environmental organizational culture and green organizational identity. This situation reveals that for the formation of green organizational identity, a change in the organizational culture should be initiated first. in the same study, it is seen that the leadership style experienced in the organizational culture has a significant effect on the formation of green organizational identity, too. The leader, who has a decisive influence in the organizational environment, primarily adopts the "green" and environmental leadership approach, and has a decisive place in the identity development of the organization.

Organizations, in accordance with their mission, determine strategies that will enable

them to reach their visions of the future and enable them to take part in the competitive game in a sustainable way. These strategies shape the overall functioning and management process of the organization. in this context, it is seen that the green innovation strategy of the organization has a positive effect on the formation of a green organizational identity. The study conducted by Soewarno, Tjahjadi and Fithrianti (2019) on 100 Indonesian companies provides an empirical result for this relationship. in addition, among the strategies determined by organizations, Corporate Socail Responsibilty has become a highly anticipated issue rather than a popular trend by both customers and regulatory mechanisms in recent years. Corporate social responsibility refers to the process of creating a cumulative benefit by considering the economic, social, and environmental effects on the stakeholders and creating value for these stakeholders, rather than focusing on the profit purpose. It expresses a corporate philosophy and culture rather than a voluntary aid (Yıkılmaz, 2020:210). Corporate social responsibility performances of companies have also received their share from this transformation, especially in a service delivery environment that has to adopt a more corporate and governance-oriented approach with digital transformation and where all kinds of transactions are closely followed by other stakeholders (Yıkılmaz, 2021). Corporate social responsibility as a business strategy affects the formation of green organizational identity. The study conducted by Song, Ren and Yu (2019) on 150 companies in China empirically supports this relationship.

The effective management of human resources, which is an important strategic resource of organizations, have an important share on organizational outputs. Especially recently, "Green human resource management", which includes human resources policies and strategies that pioneer environmental awareness and adopt a "green" understanding, offers companies a competitive advantage. It is stated that Green human resource management, which includes green knowledge, skills, and recruitment, increases the effectiveness of corporate environmental management (Jabbour, 2016; Yusliza, Othman & Jabbour, 2017). It is seen that the green human resource management approach increases green organizational identity. The empirical study conducted by Liu, Mei, and Guo (2021) on 252 employees in 3 manufacturing enterprises supported this relationship.

Organizations are trying to gain a competitive advantage with innovative understanding, products, and services in diversified customer expectations and turbulent industrial environments. in this context, innovation performances play a critical role on the effectiveness of the organization. This situation requires more efficiency than ever before in the production of innovative understanding and creative ideas. At this point, it is seen that Green Organizational Identity makes significant contributions. Especially, "green organizational identity" has an important effect on the formation of "green innovation" and "green creativity performance" (Dalvi & Janati, 2014; Chang & Chen, 2013; Song & Yu, 2018; Soewarno, Tjahjadi, & Fithrianti, 2019). The study conducted by Mushtaq and his friends (2019) on 110 employees and managers empirically reveals this relationship. Again, green organizational identity is an effective actor in the development of "green awareness" oriented products and employees' organizational citizenship behavior for the environment (Chang, Chen, Luan & Chen, 2019;

Song, Ren & Yu, 2019; Liu, Mei & Guo, 2021). It also positively affects the competitive advantage that organizations need (Chen, 2011).

Conclusion

Recently, green organizational identity and identification have made important contributions to meet the expectations of both industry and various stakeholders involved in governance and to establish a sustainable competitive advantage. At the forefront of these contributions are a competitive advantage, innovation performance, innovation and organizational citizenship behavior for the environment. These issues are critical success factors for a better and sustainable future in today's industrial environment, where digitalization and global environmental crises are deepening. in this context, it is an important issue for organizations to develop their green organizational identity and identification, both for their organizations and society. Especialy SMEs need to reconsider their business models. Because organizations can offer more environmentally-conscious employees, products, and services by developing green organizational identifications. in this context, reconsideration of organizational cultures to improve the green organizational identification capacity of organizations, which offers an important competitive advantage, comes to the fore as the primary course of action. Again, it is important that the leader, who has a decisive role in the organizational culture, adopts the environmental leadership approach, develops Green human resource management policies of human resources, and creates a more Corporate socially responsible organization. in this context, it is clear that by adopting a holistic "green management" oriented philosophy, the perception level of green organizational identification throughout the organization can increase and this situation will offer a sustainable management practice. It is considered that it is vital for the vision of a sustainable future of both organization and society that the decision-makers could evaluate the current organizational culture, leadership understanding and green organizational identification levels and determine strategies and policies for their development.

References

1. Albert, S. & Whetten, D.A. (1985) Organizational identity, in Cummings, L.L. and Staw, M.M. (Eds), Research in Organizational Behavior, Vol. 7, JAI Press, Greenwich, CT, pp. 263-295
2. Bernal-Conesa, J. A., de Nieves Nieto, C., & Briones-Peñalver, A. J. (2017). CSR Strategy in Technology Companies: Its Influence on Performance, Competitiveness and Sustainability. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 24(2), 96- 107
3. Bundgaard, A.M., Mosgard, M.B. & Remmen, A. (2017) From energy efficiency towards resource efficiency within the eco-design directive, Journal of Cleaner Production, 144, 358-374
4. Chang, C. & Chen, Y. (2013) Green organizational identity and green innovation, Management Decision, 51 (5), 1056-1070.
5. Chang, T. W., & Hung, C. Z. (2021). How to Shape the Employees' Organization Sustainable Green Knowledge Sharing: Cross-Level Effect of Green Organizational Identity Effect on Green Management Behavior and Performance of Members. Sustainability, 13(2), 626.
6. Chang, T. W., Chen, F. F., Luan, H. D., & Chen, Y. S. (2019). Effect of green organizational identity, green shared vision, and organizational citizenship behavior for the environment on green product development performance. Sustainability, 11(3), 617.
7. Chen, Y. (2011) Green organizational identity: sources and consequence, Management Decision, 49 (3), 384-404

8. Chen, Y.S. & Chang, C.-H. (2012) Enhance green purchase intentions: the roles of green perceived value, green perceived risk, and green trust, Management Decision, 50(3), 502-520
9. Dalvi, M. R., & Janati, S. (2014). The study effect of green organizational identity on green innovation. Advances in Environmental Biology, 450-459
10. Geraie, M.S. & Rad, F.M. (2015). Mediator Role of the Organizational Identity Green in Relationship between Total Quality Management and Perceived Innovation with Sustainable Competitive Advantage. Int. J. Biol. Pharm. Allied Sci. 4, 266-276.
11. Gioia, D.A. (1998) From individual to organizational identity, in Whetten, D. and Godfrey, P. (Eds), Identity in Organizations: Building Theory through Conversations, 11, Sage, Thousands Oaks, CA, 17-31
12. Hekman, D.R., Steensma, H.K., Bigley, G.A. and Hereford, J.F. (2009). Effects of organizational and professional identification on the relationship between administrators' social influence and professional employees' adoption of new work behavior. Journal of Applied Psychology, 94, 1325-1335
13. Jabbour, C.J.C. (2016) Green human resource management and green supply chain management: linking two emerging agendas, Journal of Cleaner Production, 112, 1824-1833
14. Liu, Z., Mei, S. & Guo, Y. (2021) Green human resource management, green organization identity and organizational citizenship behavior for the environment: the moderating effect of environmental values, Chinese Management Studies, 15(2), 290-304
15. Mushtaq, S., Zubair, D. S. S., Khan, M., & Khurram, S. (2019). Mediating role of environmental commitment between green organizational identity and green innovation performance. Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences, 13(2), 385-408.
16. Norton, T. A., Zacher, H., Parker, S. L., & Ashkanasy, N. M. (2017). Bridging the gap between green behavioral intentions and employee green behavior: The role of green psychological climate. Journal of Organizational Behavior, 38(7), 996-1015.
17. Soewarno, N., Tjahjadi, B.& Fithrianti, F. (2019) Green innovation strategy and green innovation: The roles of green organizational identity and environmental organizational legitimacy, Management Decision, 57 (11),3061-3078.
18. Song, W., & Yu, H. (2018). Green innovation strategy and green innovation: The roles of green creativity and green organizational identity. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 25(2), 135-150.
19. Song, W., Ren, S., & Yu, J. (2019). Bridging the gap between corporate social responsibility and new green product success: The role of green organizational identity. Business Strategy and the Environment, 28(1), 88-97.
20. Tseng, M.L., Wang, R., Chiu, A.S.F., Geng, Y. & Lin, Y.H. (2013). Improving performance of green innovation practices in uncertainty, Journal of Cleaner Production, 40, 71-82.
21. Yıkılmaz, İ. (2020). Corporate Social Responsibility in Familiy Business. Familiy Business:Business Models and Strtaegies, Gazi Kitapevi:Ankara
22. Yıkılmaz, İ. (2021). Dijital Çağda Kurumsal Yönetişim, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ve Etik. Dijital Çağda Kurumsal Yönetişim, Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik, Artikel Akademi: İstanbul
23. Yusliza, M.Y., Othman, N.Z. & Jabbour, C.J.C. (2017) Deciphering the implementation of green human resource management in an emerging economy, Journal of Management Development, 36 (10),1230-1246
24. Zhu, J., Tang, W., Wang, H., & Chen, Y. (2021). The Influence of Green Human Resource Management on Employee Green Behavior—A Study on the Mediating Effect of Environmental Belief and Green Organizational Identity. Sustainability, 13(8), 4544.



12.

KRİPTO PARALAR ve DENETİMİ[3]

İdris Manay*

Dr. Ömer Faruk Demirkol**

ÖZET

Günümüzde internet ve teknolojinin hızla ilerlemesiyle küresel anlamda ve Türkiye'de yeni ödeme araç ve sistemleri gelişmiştir, Bunların başında kripto paralar gelmektedir. Kripto para birimleri kullanıcılar arasında transfer, değer saklama, alış-verişlerde ödeme aracı olarak kullanılabilen, arkasında herhangi güvenilir bir merkezi sisteme bağlı olmayan, kişi ve kurumlara ödeme aracı sağlayan standart bir para birimi gibi çalışan para sistemidir. Finansal piyasalarda kullanımı yaygınlaşan kripto paralarla ilgili uluslararası anlamda düzenlemelerin bulunmaması, varlık tanımları ile ilgili ortak bir fikir birliğinin olmayışı, kripto paraların denetimini zorlaştırmaktadır. Hukuki anlamında düzenlemelere tabi olmaması kripto paraların yaygınlaşmasını geciktirirken, kripto paralarının kullanımın kolay olması, düşük işlem ücretleri ile transferinin sağlanması ve hisse senedi gibi değer kazanmaları kripto paralara ilgiyi artırmaktadır. Çalışmamızın amacı Kripto paralarının sınıflandırılması ve denetimi konularına y**öneliktir.**

3. Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Seminer Çalışmasının güncellenmiş halidir.

***MSc Student, Harran University Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi.**

****Accociate Professor, Harran University, Faculty of Economics and Administrative Sciences.**

Anahtar Kelime: Kripto Para, Bitcoin, Altcoin, Muhasebe Denetimi, Dijital Para, Kripto Para Denetimi

Crypto Coins and its Audit

Abstract

Today, with the rapid progress of internet and technology, new payment tools and systems have developed globally and in Turkey. Cryptocurrencies are a monetary system that can be used as a means of transfer between users, to store value, and to pay in exchanges. The absence of international regulations on cryptocurrencies, which are widely used in financial markets, and the lack of a common consensus on asset definitions make it difficult to control cryptocurrencies. The fact that it is not subject to legal regulations delays the spread of cryptocurrencies, while the ease of use of cryptocurrencies, the transfer of low transaction fees and the appreciation of stocks increase the interest in cryptocurrencies. The aim of our study is about the classification and control of Cryptocurrencies.

Keywords: Cryptocurrency, Bitcoin, Altcoin, Auditing, Digital Currency, Cryptocurrency Audit

GİRİŞ

Çalışmada kripto paralar, kullanım alanları, kripto paraların avantaj ve dezavantajları belirtilmeye çalışılmıştır. Kripto paraların denetimi hakkında global anlamda ülkelerin kripto paralar üzerindeki denetim mekanizmasını oluşturma çabaları ve önemi vurgulanmıştır.

Para Kavramı

İnsanoğlu tarih boyunca ihtiyaçlarını giderebilmek için deniz kabuğu, altın, gümüş gibi çeşitli mübadele araçları kullanmıştır. Takas işleminde kullanılan emtialar zamanla yerini temsili paralara bırakmıştır. Temsili paralar ile birlikte takas ve ticaret daha da kolaylaşmıştır. Fakat takas için daha pratik, daha kolay bölünebilir bir para birimine ihtiyaç duyulması, itibari para birimlerini doğurmuştur. İtibari para, devletlerin denetiminde bulunan Merkez Bankaları aracılığıyla basılan, değiş tokuş ve ödeme aracı olarak kullanılan değer ölçütü halini almıştır. 1944 yılında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) öncülüğünde imzalanan Bretton - Woods Anlaşması ile Kanada ve Avrupa ülkeleri, Avustralya ve Japonya paranın değerinin koruyabilmek için, hazinelerinde bulunun altın kadar para basımı konusunda anlaşma sağlamışlardır. ABD 1971 yılında bu antlaşmadan çekilmiş, basılacak para karşılığında hazinede altın rezervi bulundurma zorunluluğundan vazgeçmiş, akabinde diğer ülkelerin de sınırsızca para basabilmesinin önündeki engeller ortadan kalkmıştır. Herhangi bir emtia veya rezervi karşılık göstermeden para basılabilmesi, kriz ve olağanüstü hal dönemlerinde devletlere, borçlarının tahsisini, parasal ekonomik faaliyetleri ve ekonomiyi yönetme gibi bir kısım avantajlar sağlasa da paranın değer kaybını hızlandırmıştır.

Ekonomik kriz ortamlarında paranın satın alma değerindeki azalma, değer saklama özelliğini yeterince koruyamaması, insanların emtia ve varlığın dışında alternatif değer saklama aracı arayışlarına girmelerine neden olmuştur. Bu arayışların sonucunda, arkasında herhangi

bir devletin veya merkez bankalarının bulunmadığı, devletlerin kontrolünde olmayıp arzı belli olan, değişmeyen kurallara bağlanan, kullanıcılarının kimlik bilgilerine ihtiyaç duymayan yeni para birimi fikirleri ortaya atılmıştır. Bunun sonucunda bankacılık ve finans sektörünü değişim ve gelişimini zorlayacak yeni bir finansal araç, para birimi ve ödeme yöntemi olan kripto para olan Bitcoin 2008 yılında Satoshi Nakamoto olarak adlandırılan gerçek kimliği belli olmayan bir veya birkaç kişi olabileceği gibi, bir grup veya organizasyon tarafından geliştirilmiştir. Bununla birlikte dünya genelinde kripto paraların kullanımı sürekli olarak artmıştır. Günümüzde 14.873 adet kripto para, 436 kripto para borsası ve kripto paraların toplam piyasa değeri 2.447.860.967.718 $'dır (https://coinmarketcap.com/ Erişim Tarihi: 28.11.2021).

Kripto Para Kavramı

Kripto para, emtia veya kıymetli varlık gibi değer artışından faydalanmak ya da mal ve hizmet satın almak işlemlerinde kullanılabilen dijital, çevrimiçi ve merkezî olmayan bir para birimidir. İnternet bankacılığında olduğu gibi, kripto para ağları da güçlü kriptografi ile ifade edilen, kullanıcı ve hesap sahibi bilgilerini anlaşılamayacak bir koda dönüştüren matematiksel yöntemler kullanır.

Bitcoin ve türevleri dışındaki dijital ve sanal paralar, kendi başlarına para birimi olmayıp ülkelerin ulusal para biriminin dijital ortamdaki temsilidir ve düzenlenip denetlenebilirler. Bitcoin ve türevleri ise bir para birimi olup düzenlenip denetlenemez (Çarkacıoğlu, 2016: 8).

Kripto paralar, merkezi elektronik paraların aksine, merkezi olmayan yapıya sahiplerdir. Merkezi olmayan bu yapının kontrolü Blok-Zincir (Block Chain) işlem veri tabanları tarafından gerçekleştirilir. Kripto paralar fiziksel bir özellik taşımamasına rağmen istendiği zaman anlık olarak nakit fiziksel paraya çevrilebilmektedir. Devletler ihtiyaç halinde dilediklerince para basabilmekte fakat kripto paraların basımına sınır getirilebilmektedir (Nakamoto, 2008: 5). Kripto paralar küresel anlamda ticareti kolaylaştıran bir ödeme aracı olmasının yanında, değer saklama ve yüksek gelir sağlayan yatırım aracı olabilmektedirler. Kripto para birimleri içerisinde piyasa değeri bakımından Bitcoin ilk sıradadır.

Paranın Tarihçesi

İnsanoğlu var oluşundan itibaren mal ve hizmet alım satımı için çeşitli takas yöntemleri ile alış veriş yapmış ve takasa konu olan ürün veya malı satın almak için ona eş değer başka bir mal / ürün vermek zorunda kalmıştır. Tarihsel süreç içerisine para, mübadele yönteminden, madeni, banknot kullanımına ve kripto paraya kadar değişime uğramıştır.

Farklı ihtiyaçlara sahip insanların, ellerinde farklı varlıkların olması ve ellerinde bulunan varlıklara karşı tarafın ihtiyaç duymaması ticareti zorlaştırmıştır. Para tam olarak bu ihtiyaca binaen ortaya çıkmıştır. Zaman içinde paraya atfedilen önem artmış, devletlerin varlık ve meşruiyetleri para üzerinden sağlanmıştır. Osmanlı Devleti de egemenlik sağladıkları mülklerde ve padişahlık ilanlarında hutbe okutup para basmıştır. Para günümüzde çeşitli geliştirmelere tabi tutulmuştur. ABD Başkanı Richard Nixon 1970 yılında paranın özgürleşmesi ve bir güven aracı olmasına yönelik karşılıksız para basacağını ilan etmiştir. Paranın sınırsız basımı, dağıtımı, piyasadan toplanması, kazanımı, harcanması tarihsel süreç boyunca eleştirilmiş ve

sorun olmuştur.

Paranın Temel İşlevleri

- ❖ Paranın temel işlevlerini genel olarak aşağıdaki şekilde sınıflandırabiliriz:
- ❖ Paranın Değişim Aracı İşlevi
- ❖ Paranın Hesap ve Değer Birimi İşlevi
- ❖ Paranın Değer Biriktirme ve Spekülasyon İşlevi
- ❖ Paranın Bir İktisat Politikası Aracı Olması İşlevi

Kripto Paranın Genel Özellikleri

Günümüz para sistemlerinde hükümetler ulusal Merkez Bankalarınca para basmakta, gerekli gördüklerinde ek para ihraç edebilmektedirler. Kripto parada ise, dolaşıma sunulan para miktarı ile para arzının şekli ve zamanlaması, kripto sisteminin kuruluş aşamasında belirlenir (Alper ve İnci, 2018). Elektronik ortamda transfer edilebilir döviz ve TL cinsinden dijital paralarda ekonomik anlamda arz, yasal otoritelerce belirlenirken kripto parada arz, onu çıkaranların kararına bağlı olmaktadır. Dijital paranın değeri ilgili yasal otoriteler tarafından garanti edilmiş ve denetim altına alınmıştır. Kripto paralarda ise bu durum farklı olup, paranın değeri garanti edilmemiş ve denetim altına alınmamıştır. Dijital paralarda risk daha çok işletimsel/operasyonel iken, kripto paralarda bu risklerin dışında ayrıca hukuki, kredi ve tedavül kabiliyeti açısından riskler bulunmaktadır (Yüksel, 2015).

Uygulamada değişik kripto para birimleri bulunmaktadır. Kripto paraların elde edilmesinde genellikle iki yol izlenmektedir;

Daha önceden belirlenmiş kur üzerinden mevcut paranın kripto paraya çevrilmesi,

Kullanıcıların veri madenciliği yaparak kripto para elde etmeleri.

Kripto Paranın Özellikleri

Tek bir devletin veya belli bir kesimin mülkiyetinde olmayan bir elektronik para sistemi olarak hizmet etmektedir. Merkeziyetsiz kripto paralar mutabakata varılmadan kuralları değiştirebilecek bir merkez bankası ya da kullanıcı grubu bulunmamaktadır. Ağ katılımcılarının (node'lar), diğer katılımcılara bağlanabilmelerine böylece aralarında bilgi paylaşabilmelerine olanak sağlayan yazılım kullanır. Kripto para ağlarının merkezi olmaması onları hizmet dışı bırakılmaya veya yasaklanmasına karşı oldukça dirençli hale getirmektedir. Öte yandan, merkezi bir ağa zarar vermek için sadece ana sunucunun bozulması yeterlidir. Bir bankanın veri tabanı data baseleri silinirse ve yedeği yoksa, kullanıcıların bakiyelerini belirlemek oldukça zor olabilmektedir.

Kripto paralarda ise node'lar veri tabanının data baselerinin bir kopyasını tutar. Herkes etkin bir şekilde kendi sunucusu gibi davranır. Bireysel node'lar çevrimdışı kalabilir ancak ağdaki eşler diğer node'lardan bilgi almaya devam eder.

Bu nedenle kripto paralar 365 gün işlevseldir. Aracıların müdahalesi olmadan Dünyanın herhangi bir yerine değer transferi yapılmasına imkan tanırlar. Kripto paralardan izne dayalı olmayan şekilde bahsedilmesinin sebebi, internet bağlantısı olan herkesin fon gönderebilmesidir.

Bitcoin'in Avantajları

Bitcoine sahip olma ve kullanımından kaynaklı pek çok avantajı da vardır. Arzının sınırlı olması enflasyona karşı korumayı sağlayabilmekte, çökme riskinin düşük olması, transfer ücretinin az ve transferinin kolay olması, soğuk cüzdanlarda muhafaza edilebilmesi, basit, güvenilir ve anonim olması en temel avantajlarındandır. Bitcoin ve diğer kripto varlıkların transferleri bankacılık sistemine göre daha ucuz ve hızlı olması bitcoin ve diğer kriptoların sağladığı önemli avantajlardandır. Milyarlarca lira değerindeki kripto varlıklarına internetin olduğu her yerden erişim sağlanabilir. Bu şekilde büyük tuturlarda nakit paranın başka bir şekilde taşınması zordur. İşlem yapılan hesap bakiyelerine kişi, devlet ve bankalar tarafından kontrol ve erişim yapılamaması da avantaj sağlamaktadır.

Bitcoin'in Dezavantajları

Bitcoin'in takibinin yapılamaması devletler için riskler oluşturmaktadır. Ticaretinin legal olmadığı ürünlerin ödemeleri, kara para aklama vb. amaçlarla kullanılabilmektedir. Bu teknoloji ve kripto paralar üzerinde uzmanlaşmış kişi sayısının yetersiz olması, devletlerin yasaklayıcı tedbirleri kaybetme riski, harcama yapılabilecek platformların yetersiz olması, sistemsel risk, kripto para borsalarının müşterilerinin varlıklarını garanti edememesi sistemin diğer dezavantajlarındandır.

Kripto Paralarda Madencilik

Bitcoin ve kripto para madenciliği, blok zincir adıyla ifade edilen halka açık olan bir muhasebe defteri üzerinden işlem onaylama ve ekleme sürecidir. Madencilik, işlemin doğruluğunu ispatlamak ve doğrulamaktır. Yeterli donanıma ve internete sahip olan herkes madenci olabilir. Kripto para madenciliğin en büyük gider kalemi elektrik sarfiyatıdır.

Kripto Paralarda Blok Zinciri

Blok zinciri, ağ yardımı ile sistemi kullanan kullanıcılar arasındaki işlemlerin tümünü doğrulayarak saklayan bir sistemdir. Bu yüzden bütünlüğüne güvenilir bloklar ve bu blokları oluşturan sorgulanabilir işlemlerden oluşan bir veri tabanı olarak tanımlanmaktadır. (www.webrazzi.com, Erişim Tarihi: 28.11.2021)

Tablo 1 Kripto Paralara Ait ilk 10 Sıralama (Kasım 2021)

#	Name	Price	24h %	7d %	Market Cap
1	Bitcoin BTC Buy	$54,340.95	-1.43%	-7.68%	$1,029,310,802,653
2	Ethereum ETH Buy	$4,054.73	-2.71%	-6.68%	$481,401,191,344
3	Binance Coin BNB Buy	$586.68	-2.96%	0.44%	$98,394,611,169
4	Tether USDT Buy	$1.00	0.07%	0.14%	$73,124,910,336
5	Solana SOL	$188.77	-4.18%	-11.26%	$57,604,454,081
6	Cardano ADA	$1.51	-3.64%	-19.54%	$50,367,426,178
7	XRP XRP	$0.9289	-3.14%	-13.47%	$43,919,851,472
8	USD Coin USDC	$1.00	0.10%	0.19%	$38,282,343,052
9	Polkadot DOT	$33.46	-5.75%	-19.09%	$33,205,951,705
10	Dogecoin DOGE	$0.1996	-3.51%	-12.57%	$26,548,238,481

Kaynak: https://coinmarketcap.com/ ***(Erişim Tarihi: 28.11.2021)***

Table 2 Ticaret Hacmine Göre Kripto Küresel Para Piyasaları (Kasım 2021)

#	Name	Exchange Score	Volume(24h)	Avg. Liquidity	Weekly Visits	# Markets	# Coins
1	Binance	9.9	$23,148,265,687 -39.08%	775	31,922,013	1564	404
2	Coinbase Exchange	8.4	$4,364,279,264 -47.05%	661	3,875,914	385	126
3	FTX	8.2	$1,979,425,529 -51.25%	713	4,482,296	468	258
4	Kraken	7.7	$775,392,108 -58.57%	691	2,412,261	374	98
5	KuCoin	7.6	$2,933,141,963 -31.86%	556	2,941,277	1066	541
6	Huobi Global	7.6	$3,843,490,742 -31.34%	555	1,781,764	1031	356
7	FTX US	7.6	$162,391,253 -50.57%	768	725,607	48	24
8	Crypto.com Exchange	7.5	$1,314,845,382 -19.25%	787	1,593,444	285	145
9	Bitfinex	7.4	$587,896,569 -46.89%	639	1,024,996	350	159
10	Gate.io	7.4	$1,597,175,144 -32.53%	528	3,501,519	2015	1121

Kaynak: https://coinmarketcap.com/tr/rankings/exchanges/ (Erişim ***tarihi: 26.11.2021)***

Tablo 2.2. Kripto Paraların Sınıflandırılması Üzerine Öne Sürülen Görüşler

	IASB	ACCA	AICPA	AASB	ASBJ	E&Y	KPMG	PwC	Deloitte
Nakit/Nakit Benzeri	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✗
Finansal Araç	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✗
Stok	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗
Maddi Olmayan Duran Varlık	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	∅	✓
UMS 21 Paragraf 16 Gereği Parasal Olmayan Kalem	✓	∅	∅	∅	∅	∅	∅	∅	∅
Yabancı Para	∅	∅	∅	∅	∅	∅	∅	∅	∅
Dijital Varlık	∅	∅	∅	∅	✗	∅	∅	∅	∅
Dijital Para	∅	∅	∅	∅	✓	∅	∅	∅	∅

Kaynak: (ASLAN Ümmühan Kripto Para Muhasebesi Üzerine Yapılan Tartışmalar ve Finansal Raporlama Üzerindeki Etkileri 2020:279)

Kripto Paraların Denetimi

Günümüzde Kripto paraların bilinirliği, kullanım alanları ve işlem hacmi artmaktadır. Kripto varlıklarda bu gelişmeler yaşanırken global anlamda kripto varlıklara yönelik hukuki bir düzenleme bulunmamaktadır. Devletlerin kripto varlıkları ile ilgili çalışmalar devam etse de kripto varlıkların tam olarak ne olduğu, kripto varlıklarda işlem yapan yatırımcıların haklarının nasıl korunacağı gibi konular üzerinde tartışmalar güncelliğini korumaktadır. Ülkemizde de kripto paralar ile ilgili Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası nezdinde çalışmaların yapıldığı bilinmektedir. 16 Nisan 2021 tarihli Resmi Gazetede yayımlanan yönetmelikle kripto paralar ile alış veriş yasaklanmıştır. Kripto paraların kullanımının yaygınlaştığı günümüzde küresel kripto borsaları ve kripto paraların için yasal düzenlemenin olmaması bazı riskleri oluşturmaktadır. Kripto paralar ve kripto para borsalarının hisse senetlerinde olduğu gibi kamu denetim, gözetim ve garantisinde olması elzemdir.

Mükelleflerin kazançlarından devletlere yapacakları vergi ödemelerinden kaçınarak

çeşitli yollarla kazançlarından doğan vergiyi ödememe yoluna gitmesi vergi kaçırma olarak nitelendirilmektedir. Kripto para birimleri günümüzde vergi kaçıranların ilgisini çekmektedir. Bu kapsamda mükellefler vergi uygulamaları açısından esnek olan ülkelere işlerini ve/ veya kazançlarını taşıyabilmekte ve hesap bilgilerinin saklı kalabileceği bazı kurumlardaki hesaplarında kazançlarını tutabilmektedir. Zucman (2017) tarafından yapılan bir çalışmada ABD'nin vergi avantajı olan ülkeler sebebiyle yılda kaybettiği vergi geliri kaybının 70 milyar dolar civarında olduğundan bahsedilmektedir.

Sanal olarak işlem gören dijital paralar düzenlemelerin yetersiz olduğundan ve varlık sınıfı ile ilgili tanımının yapılamamasından dolayı birçok ülkede vergilendirmesi mümkün olmamaktadır. Kripto para birimlerinde transferler sanal olarak yapıldığından kimlik tespitinin yapılamaması dolayısıyla vergi kaçakçılığında kullanılabilmekte olup bununla mücadele için yasal düzenleme zorunludur.

SONUÇ

Kripto paraların değişim aracı olmasının yanı sıra, yatırım aracı ve değer saklama aracı alınıp satılabilmesi, merkezi bir otoritenin olmaması, kripto para bulunduran veya bu para türü ile işlem yapan işletmelerin kripto paraların denetiminin nasıl sağlanacağını konusunda devletlerin yasal düzenlemeleri, yasal düzenleme çalışmaları ve görüşleri ele alınmıştır.

Devletler tarafından Kripto varlıkların denetimi ve vergilendirilme çalışmaları sürmektedir. Kripto varlıkların ne olduğuna dair genel kabul görmüş bir tanımın olmayışı vergilendirme ve denetimini zorlaştırmaktadır. Diğer bir konu ise kripto para borsalarının yatırımcıların hak ve menfaatlerini riayet etmemesidir. Kripto para borsalarında listelediği bir kripto parayı tekrar borsadan çıkarabilmektedir. Bu işlem sonucunda söz konusu kripto paranın değeri ciddi anlamda düşmekte ve alım satımı durabilmektedir. Nitekim Ülkemizde de 16 Nisan 2021 tarihi itibarı ile durdurulmuştur. Bunun yanında kripto para borsalarının kuruluş ve faaliyet denetiminlerinde kamu otoritesi yetersiz kalabilmekte, art niyetli kripto para borsa sahipleri yatırımcıların varlıklarını zimmetlerine geçirebilmektedir. Global anlamda yatırımcıları koruyacak, bu teknolojiyi güvenli bir şekilde kullanımını sağlayacak, düzenlememelerin yapılması kripto varlıklar ve yatırımcılar için elzemdir.

KAYNAKÇA

1. Aslan Ü., (2020). Kripto Para Muhasebesi Üzerine Yapılan Tartışmalar ve Finansal Raporlama Üzerindeki Etkileri TİDE Academia Research s. 276-279)
2. Birol Ubay (2020) Dijital Ekonominin Dijital Vergi Cennetlerinin Gelişimine Etkisi S. 33-34
3. Bilgic E., & Edogan, M. (2020). Kripto Muhasebesi Üzerine Yapılan Tartışmalar ve Finansal Raporlama Üzerindeki Etkileri. TIDE AcademIA Research, 2(2), 257-286
4. Coinmarket. (2021). Kripto para sayısı. Erisim adresi: https://coinmarketcap.com (Erişim Tarihi: 28.11.2021)
5. Coinmarket. (2021). Kripto para borsaları https://coinmarketcap.com/tr/rankings/exchanges/ (Erişim Tarihi: 28.11.2021)
6. Çarkacıoğlu, A., (2016) Kripto-Para Bitcoin, Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma
7. Çarkacıoğlu, A.,. "Kripto Para Bitcoin." Sermaye Piyasası Kurulu Dergisi, 6(2), s.15-28.
8. Emen, E. (2018). Blokzincir Blokchain Teknolojisi. T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji

9. https://www.nytimes.com/ interactive/2017/11/10/opinion/gabriel-zucman-paradise-papers-taxevasion.html
10. https://www.prnewswire.com/newsreleases/verady-launches-veranet-a-cryptocurrency-accounting-and-audit-platform-300539666.html
11. https://www.nytimes.com/interactive/2017/11/10/opinion/gabriel-zucman-paradise-papers-tax-evasion.html (Erişim Tarihi: 26.11.2021)
12. https://webrazzi.com/2017/10/05/blockchain-summitte-kripto-paralar-ve-blok-zinciri-teknolojisi-konusuluyor/
13. İnci, S. ve Alper, İ. (2018). Bitcoin Devrimi. Ankara: Elma.Yüksel, 2015
14. Kamu Gözetimi Kurumu. (Mart 2020). TMS 38 maddi olmayan duran varlıklar standardı. Erisim adre-si: https://www.kgk.gov.tr/DynamicContentDetail/10239/TMS/TFRS-2020-Seti.
15. Kamu Gözetimi Kurumu. (Subat 2020). TMS 2 stoklar standardı. Erisim adresi: https://www.kgk.gov. tr/DynamicContentDetail/10239/TMS/TFRS-2020-Seti.
16. Karaoğlan S. vd., (2018). "Türkiye'de Kripto Para Farkındalığı ve Kripto Para Kabul Eden İşletmelerin Motivasyonları", İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi C. 6, S. 2, 15-28.
17. Karaoğlan, S., Arar, T. ve Bilgin, O. (2018). Türkiye'de Kripto Para Farkındalığı ve
18. Kripto Para Kabul Eden İşletmelerin Motivasyonları. İşletme ve İktisat Çalışmaları
19. Muhasebeleştirilmesi Ankara
20. Nakamoto, S. (2008). Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System. (https://bitcoin.org/bitcoin.pdf) (Erişim Tarihi: 25.11.2021).
21. Usta, Ahmet. "Paranın Serüveni Kripto Paraların Öncesi ve Sonrası.", Bankalararası, Kart Merkezi, 2018. (Erişim Tarihi: 26.11.2021)
22. Paranın Serüveni https://bkm.com.tr/wp-content/uploads/2018/06/PARANIN-SER%C3%9CVEN%C4%B0-2.-BASKI.pdf S. 4-11



13.

Challenge with Virtual Strategy or Building A New Business Model: Toy Industry Smes Research

SANAL STRATEJİYLE MEYDAN OKUYABİLMEK YA DA YENİ BİR İŞ MODELİ İNŞASI: OYUNCAK ENDÜSTRİSİ KOBİ'LERİ ARAŞTIRMASI

Dr. Mehmet Kaplan*

Dr. Berna Turak Kaplan**

ÖZET

Teknolojik gelişmeler toplumun her alanında olduğu gibi işletmeleri ve iş modellerinde de köklü değişiklikler meydana getirmektedir. Bu çalışmada da özellikle KOBİ'ler üzerinden hareket edilerek, KOBİ'lerin iş modellerinde yaşadıkları değişimlerin sanal stratejilerle nasıl bir meydana okumaya dönüşebileceği ya da hangi stratejilerle hareket edildiğini tespit etmeye yönelik nitel bir araştırmadır. Araştırma yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak, Porter'ın rekabet stratejileri üzerinden hareket ederek çeşitli bulgulara ulaşmıştır. İlgili bulgulara bağlı olarak ortaya konan sonuçlar, iş/işletme yöneticilerine pratik öneriler sunabilir.

Anahtar Kelimeler: Sanal Strateji, İş Modeli, Porter, Oyuncak Endüstrisi, KOBİ'ler.

***Lect. Isparta University of Applied Sciences.**

****Assistant Professor, Isparta University of Applied Sciences.**

Abstract

Technological developments bring about radical changes in businesses and business models as well as in all areas of society. in this study, it is a qualitative research to determine how the changes in the business models of SMEs can turn into an event with virtual strategies, or which strategies are used, especially by acting on SMEs. Using the semi-structured interview technique, the research reached various findings by acting on Porter's competitive strategies. The results, depending on the relevant findings, can offer practical suggestions to business/ business managers.

Keywords: Virtual Strategy, Business Model, Porter, Toy Industry, SMEs.

GİRİŞ

Doğanın belki de en önemli özelliği değişimdir. Değişimin kendisi ve etkileri işletme yapılarında ve iş/işletmecilik faaliyetlerinde büyük değişimlere neden olmaktadır. Yakın zamana kadar sadece Taylor'un öngördüğü ve nitelendirdiği şekilde "Bilimsel Yönetimin İlkeleri" ile yönetilen işletmeler ve iş yapış biçimleri günümüzde sürekli bir değişim içerisinde bulunmaktadır. Bilişim teknolojilerinde yaşanan değişimler, ekonomik ilişkilerin niteliksel değişimi, pazara giriş maliyetlerinin sürekli azaltılmasına yönelik beklentiler, sanal stratejilerle daha hızlı ve daha az sermaye ile hareket edebilme kabiliyeti ve müşteri alışkanlıklarındaki değişiklikler işletmeleri değişen çevreye uyuma ve çevreyi yeniden inşa etmeye yönelik aksiyonlara yöneltmektedir (Taşcı, 2020: 25-27). İşletmelerin değişen ve gelişen farklı uygulamalar temelinde başarılı olabilmeleri ve başarıyı sürdürülebilir kılmaları için yeni stratejilere ve/veya iş modellerine ihtiyaç olduğu bir gerçektir. İşletmelerin evrilen teknolojik hızın etkisi altında geliştirecekleri stratejiler rekabetteki başarılarını belirleyecektir (Porter, 2010: 33).

Bu çalışma özellikle KOBİ'ler üzerinden hareket edilerek, KOBİ'lerin iş modellerinde yaşadıkları değişimlerin sanal stratejilerle nasıl bir meydana okumaya dönüşebileceği ya da hangi stratejilerle hareket edildiğini tespit etmeye yönelik nitel bir araştırmadır. Araştırma yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak, Porter'ın rekabet stratejileri üzerinden hareket ederek çeşitli bulgulara ulaşmıştır. Bu noktada çalışma kavramsal çerçevesi içinde öncelikle rekabet stratejileri bağlamında oyuncak endüstrisi ve KOBİ'lerini ifade etmekte, sonrasında oyuncak sektörünün genel görünümünü ve potansiyelini ortaya koymaktadır. Daha sonra araştırma yöntem ve bulgularına bağlı olarak ortaya konan sonuçlar, iş/işletme yöneticilerine pratik öneriler sunabilir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Rekabet Stratejileri Bağlamında Oyuncak Endüstrisi ve KOBİ'leri

İşletme ve stratejik yönetim alan yazınında (yaşayan) gurulardan biri olan Michael E. Porter, strateji üzerine yaptığı çalışmalarda stratejiyi tek başına tanımlamak yerine, tam tersi bir anlayışla "strateji ne değildir?" sorusunu yanıtlanmaya odaklanmaktadır. Porter'a göre strateji bir işi daha iyi yapmak yerine; kolayca kopyalanamaz bir rekabet avantajına sahip olmayı düşünmekle ilgili bir üst kavram olarak nitelendirir (Porter, 2000). Buradan hareketle

oyuncak sektöründe yer alan işletmelerin sanal stratejiler geliştirmeleri için öncelikle strateji kavramının ne olduğunu ve ne olmadığını anlamaları gerekmektedir. İlgili işletmelerin hangi sanal stratejiyi uygulayacaklarını belirlemeleri bu noktada önemli bir faktör olmaktadır.

Perakende oyuncak sektörü gibi bir sektör oldukça rekabetçi bir yapıda olacağı için buradaki işletmelerin maliyet liderliği stratejilerini benimsemeleri daha etkin olabilmektedir. Bu nedenle, perakende oyuncakçıların daha rekabetçi olabilmek için operasyonlarında daha etkin ve verimli olmaları gerekmektedir. Bu etkinlik ve verimlilik sanal stratejilerini biçimlendirecektir. Nitekim sanal stratejiler sürekli yenilenebilecek ve biçimlenebilecek nitelikte olduğu için her girişimcinin üzerinde durması gerektiği bir iş pratiğidir (Kaplan, 2021).

Oyuncak Sektörünün Görünümü ve Potansiyeli

Oyuncak sektörü COVID-19'un etkilerini pozitif yönde hisseden bir sektör olarak eşi görülmemiş bir yükseliş içerisinde yer almaktadır. Eğitim-öğretim faaliyetlerine ara verilmesi, uzaktan eğim uygulamaları, sokağa çıkma yasakları, evden çalışma koşulları, iptal edilen tatiller, evde daha fazla zaman geçirme alışkanlıkları, ev içi eğlenceye yönelik harcamaların artması gibi sebeplerden dolayı oyuncak endüstrisi yükselişe geçmiş ve bu yasakların çoğu kalkmasına rağmen yükselişini devam ettiren bir sektör olarak araştırmacıların ilgisini çekmektedir. Dahası bir pazar araştırma işletmesi NPD Group'un Başkan Yardımcısı J. Lennet'a göre;

"Oyuncak sektörü özelinde gördüğümüz büyüme, ebeveynlerin çocuklarının mutluluğunu her şeyin üstünde tutmaya istekli olduklarını gösteriyor. Zor zamanlarda ailelerin, çocuklarını meşgul, aktif ve mutlu tutmaya yardımcı olmak için oyuncaklara yönelmesinin sebebi bu. Basitçe söylemek gerekirse, oyuncaklar mutluluk denkleminin büyük bir parçası».

Yine aynı işletmenin yaptığı araştırmaya göre ABD'de oyuncak satışları 2020'de 2019'a göre %16 artarak 25.1 milyar dolara çıkmıştır. Sektördeki bu büyümede; bulmacalar, puzzle'ler %37 büyüme ile başı çekerken, onu açık hava sporları ve oyuncak ürünleri (%27 artış), inşaat setleri (%14), sanat ve el sanatları setleri (%11) ve keşif oyuncakları (%1) izlemektedir (Oyuncak Sektörü ve Pandemi, 2021).

Türkiye'deki oyuncak sektörüne genel anlamda bakıldığında yapılan araştırmalarda COVID-19'un başından itibaren oyuncakların ciddi anlamda talep gördüğü üzerine bir sonuç elde edilmiştir. Nitekim ilgili araştırmada oyuncaklar sadece eğlence ve evde geçirilen zamanı etkinleştirmek amacıyla değil de stres ve belirsizlik zamanlarında sağlıklı bir duygusal destek ve zindelik sağladığı belirlenmiştir. Ayrıca dünya genelinde ve Türkiye'de "çocukluk eğilimi" artış eğiliminde iken; salgınla artış iyice körüklenmiştir. Sadece çocuklar değil büyükler de hayatlarına neşe ve eğlence katmak için oyuncaklara yönelmişlerdir. İşletme raporlarına bakıldığında sözgelimi, "hepsiburada" işletmesi 2020 yılında 4 milyondan fazla oyuncak talep oluştuğunu raporlamıştır. Raporda lego, akülü araçlar, ilk yaş oyuncakları, figürler ve bebekler en çok ilgi gören oyuncaklar olurken; oyuncak araba, Barbie, elsa, robot, unicorn, sesli oyuncak, eğitici oyuncak, Hot Wheels, logo ve oyun hamuru işletmenin arama butonunda en fazla aranan ürünler olmuştur. Oyuncakçılar Derneği (OYDER) Başkanı Esin Yürür'de, "hepsiburada" araştırmasına benzer bir şekilde görüş ifade etmiştir (Oyuncak Sektörü Analizi,

2021).

"Çocukların evde kalması nedeniyle özellikle eğitici ve tüm ailenin birlikte oynayabildiği oyun ve puzzle türündeki oyuncaklara yönelim olduğunu tespit ettik. Online satışlarda çok önemli ivmelenme görüldü."

Oyuncak trendlerine bakıldığında hem COVID-19 başlangıç ve gelişimi hem de devam eden süreçte yasakların kalkmış olmasına rağmen oyuncakların satış rakamlarının yavaşlamayacağı ifade edilmektedir. Son oyuncak trendlerine bakıldığı zaman aşağıdaki tablo ortaya çıkarılmıştır.

Tablo 1: Oyuncak Trendleri

Trendler	Açıklama
Lisanslı Oyuncaklar	Yapılan araştırmalarda, film karakterlerine dayalı oyuncakların gelirinde %19 artış görünmektedir. Film olmayan oyuncaklarda ise yalnızca tek haneli artışlar görülmüştür. Aynı zamanda oyuncak endüstrisi uzmanları, dijital tv platformlarının artmasından dolayı filmlerin ve dizilerin lisanslı oyuncaklarının satış rakamlarının artmasının süreceğini öngörmektedir.
Nostaljik Oyuncaklar	Özellikle pandemi sonrasında nostaljik oyuncakların ebeveynlere getirdiği rahatlık, duygusallık ve güven nedeniyle popüler olmasına yönelik beklentiler bulunmaktadır. Hatta Fisher-Price markası, bu trendden güç alarak Instagram'da nostaljik oyuncak konseptli sanal bir müze çalışması yapmıştır. Sayfa, işletmenin tarihinin her on yılına ait sevimli oyuncak resimlerini yayınlamakta ve satın almayayönlendirmektedir.
Yeşil Oyuncaklar	Çevreye duyarlılığın artması yeşil oyuncak kavramını daha popüler hale getirmektedir. Özellikle iklim krizi, kuraklık ve pandemi gibi nedenlerle farkındalığı artan ebeveynler, oyuncak tercihlerinde doğa dostu, geri dönüştürülebilen yeşil oyuncaklara yönelmektedirler.
Eğitici Oyuncaklar ve Puzzle'lar	Yeni normale uygun olarak oyuncak işletmeleri, ebeveynlere kurtarıcı ürünler üretme eğilimindedirler. Sözgelimi; bilim keşif setleri, dil öğrenme oyuncakları, geleneksel boyama, eşleştirme kitapları, sanat setleri, duyusal eğitimi destekleyen oyuncaklar bunlardan bazılarıdır. Puzzle oyuncakların da satışlarında yaklaşık 3 kat büyüme yaşanmıştır.

Kaynak: (Birçok Yönüyle Oyuncak Sektörü, 2021; Yılmaz, 2020).

Oyuncak sektörünün genel görünümü ve potansiyeli yukarıdaki tablodan ve sektör raporlarından anlaşılacağı üzere gelecekte daha etkili bir sektör olmakla birlikte dijital eğilimin artmasına bağlı olarak sanal stratejilerin hayata geçirilme gerekliliği perakendecilik yapan oyuncak KOBİ'leri için bir zorunluluk haline gelmiştir. Kaldı ki, dünyadaki oyuncak sektörü geleneksel oyuncakla elektronik ve bilgisayar oyunlarından oluşan dijital oyuncakların birbirini entegre etmesiyle (Yılmaz, 2020) daha da fazla sanal strateji geliştirme gerekliliğini ön plana çıkarmaktadır.

YÖNTEM

Araştırmada KOBİ'lerin sanal stratejilerini analiz etmek için oyuncak sektöründe faaliyette bulunan oyuncak işletmeleri seçilmiştir. Oyuncak sektöründe yer alan KOBİ'lerin seçilmesinin nedeni ise sektörün dünyadaki sanallaşma sürecinden en çok etkilenen sektörlerden biri olmasıdır. Bu nedenle, araştırma yöntemi tümevarımsal bir yapıya ve keşifsel tasarıma dayanmaktadır. Nitel yöntemler katılımcıların hayat tarzlarını, hikayelerini, davranışlarını,

örgütsel yapılarını ve toplumsal değişmeyi/dönüşmeyi anlamaya yönelik bilgi üretme süreçlerinden biri olarak ifade edilmektedir (Sığrı, 2018: 63). Araştırma nitel yöntemler ve ikincil veri analizi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Nitel yöntemlerin doğası gereği, yarı-yapılandırılmış görüşmeler, derinlemesine bilgiye ulaşmaya yönelik soru ve etkileşimli yeni sorularla görüşülen kişinin deneyimlerini keşfetmenin kolaylığı ve etkinliği nedeniyle böyle bir yöntem tercih edilmiştir. Dahası, ikincil veri kaynakları için oyuncak sektörüne yönelik resmi veriler, gazete ve dergi taramalarındaki bilgiler değerlendirmeye alınmıştır.

Bu bağlamda araştırma katılımcıları için Isparta bölgesinde yer alan oyuncak işletmeleri sahip ve ortakları ile alışveriş merkezinde yer alan oyuncak işletmelerinin mağaza yöneticileri belirlenmiştir. Dolayısıyla araştırmada amaçlı örneklemeye bağlı olarak yapılandırılmıştır. Amaçlı örneklemede araştırma evreninin yeterince temsiliyetinden daha çok araştırılan konu hakkında ilgili ve bilgili kişilerin deneyimlerine ve bilgilerine başvurulması durumu söz konusudur (Sığrı, 2018: 126). İlgili kişilere yönelik gerekli bilgilendirmeler, izinler ve görüşmelerin araştırmada kullanımıyla ilgili tüm bilgiler verilmiştir. Görüşmeler ortalama 30 dakika ile 45 dakika aralığında değişmekle birlikte, bazı işletme sahip ve yöneticileri ile yüz yüze bazıları ile de video konferans yöntemiyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerde katılımcılarla öncelikle Porter'ın rekabet stratejileri odaklı olarak işletmelerin sanal strateji üretmesini ve bu şekilde iş modeli üretmelerini dikkate alacak bir yapıda başlangıç soruları sorulmuştur. Başlangıç soruları katılımcılara görüşmenin başında sorulan ve geçmiş bilgileri genel anlamda toplamak için sorulan sorulardan oluşmaktadır (Savin-Baden ve Major, 2013). Başlangıç sorularında katılımcılara sorulan soru yapılarıyla ilgili bilgiler Tablo 1'de ifade edilmiştir (Sığrı, 2018: 243).

Tablo 1: Katılımcılara Yöneltilen Başlangıç Soruları

Sorunun Türü	Sorunun Amacı	Soru
Açıklayıcı/ Doğrudan Soru	Bu soru ile katılımcıdan genel bilgileri içeren yanıtlar alınmaya çalışılmıştır.	Ürünlerini satarken sanal stratejin nedir?
Anlatımsal Soru	Bu soru ile katılımcının stratejileriyle ilgili hikayeleri betimlemesi amaçlanmıştır.	Sanal strateji ile yaşadığın örnekler var mıdır?
Yapısal Soru	Bu soru ile katılımcıların deneyimlerini keşfetme amaçlanır.	Sanal strateji ile ilgili iş yapış süreçlerin nelerdir?

Başlangıç sorularına verilen yanıtlardan sonra katılımcıların bilgilerine ulaşmak, onların bakış açılarını ve deneyimlerini daha ayrıntılı bir şekilde keşfetmek için derinlemesine sorular yöneltilmektedir. Bu sorular araştırmanın derinlemesine yapılmasını sağladığı gibi ayrıntılı üretkenlikleri de ortaya koymaktadır (Savin-Baden ve Major, 2013). Derinlemesine sorularında katılımcılara sorulan soru yapılarıyla ilgili bilgiler Tablo 2'de ifade edilmiştir (Sığrı, 2018: 243).

Tablo 2: Katılımcılara Yöneltilen Derinlemesine Sorular

Sorunun Türü	Sorunun Amacı	Soru
Kontrast Soru	Katılımcılara aşırı uç durumlar hakkında düşünmeyi sağlayan sorulardır.	Sanal stratejinle ilgili en iyi ve en kötü olayın nedir?
Değerlendirici Soru	Katılımcıların değerlendirme yapmasını teşvik eden sorulardır.	Sanal stratejin kötü olduğunda ne hissedersin?

Bulgular

Katılımcılara yöneltilen soruların ardından bulgulara yönelik iki değerlendirme söz konusudur. Birinci değerlendirmede katılımcıların demografik bulguları aşağıda yer aldığı gibi özetlenmiştir (Tablo 3). Daha sonra ise başlangıç ve derinlemesine yönelik soruların dökümü ilgili katılımcılardan alıntılarla ortaya konulmuştur.

Tablo 3: Katılımcıların Demografik Bulguları

Katılımcılar	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Sektörel Deneyim
Katılımcı 1	Erkek	26	Lisans	2
Katılımcı 2	Erkek	47	Lise	21
Katılımcı 3	Erkek	38	Lise	2
Katılımcı 4	Erkek	45	Lise	18
Katılımcı 5	Erkek	48	Lise	7
Katılımcı 6	Erkek	40	Lise	10
Katılımcı 7	Kadın	32	Lisans	8
Katılımcı 8	Kadın	33	Lisans	7
Katılımcı 9	Erkek	45	Lise	15
Katılımcı 10	Erkek	48	Lise	16
Katılımcı 11	Erkek	51	Lise	17

Katılımcıların demografilerini betimlemeye yönelik tablo incelendiğinde 11 katılımcının cinsiyet bakımından ağırlığının erkek (%81.81); yaş ağırlığının 40 yaş ile 50 yaş arası (6 kişi-%54.54); eğitim ağırlığının lise (%72.72) olduğu görülmüştür. Sektörel deneyim bakımından ise ağırlığın 15 yıl ve daha fazlasında olduğu ifade edilmektedir (%45.45).

Araştırma bulgularının yazına uygun bağlamda yer alan ve sanal stratejileri belirlemeye yönelik soruların yanıtlarına geçildiğinde ise öncelikle başlangıç soruları değerlendirilmiştir. İlk soru olan "Ürünlerini satarken sanal stratejin nedir?" sorusuna katılımcıların yanıtları ortaya konulmuştur. Katılımcıların yanıtları daha çok COVID-19'un da etkisiyle artan bir şekilde sanal uygulamalara geçişi ifade etmektedir. Bu yönde yanıtlar izlenmiştir. Aşağıda yer alan ifadeler bu izlenceyi kanıtlar niteliktedir.

"Katılımcı 1; sanal stratejim uygulamaları kullanmaktır. Çünkü biliyorum ki artık COVID 19'dan sonra hiçbir şey eskisi gibi olmayacak; insanlar ürünleri her yerde görmek ve her yerden almak istiyorlar. Bunu yaparken de her zaman dükkana gelmek istemiyorlar…Katılımcı 10; eskiden olsa sadece dükkanı erken aç ve geç kapa yapardım. Ama şimdi her saat satabileceğim

bir sisteme dahil olmak ve oradan satış yaptığını görmek bunca yıllık tecrübemi sorgulatıyor…"

"Sanal strateji ile yaşadığın örnekler var mıdır?" şeklinde sorulan ve daha çok hikayeleri keşfedip betimlemeye yönelik olan anlatımsal soruda da ise katılımcıların sanal stratejilerine yönelik örnekler sorgulanmıştır. Bu soruda verilen yanıtlar daha çok sanal stratejilerin maliyet odaklı gerçekleştiği yönündedir. Yazında bu yöndeki Porter'ın maliyet odaklı stratejisinde vurgulandığı gibi müşterilerin fiyat algısına yönelik duyarlılığı endüstride yer alan küçük ama büyük etki yaratabilecek KOBİ'leri bu yönde hamlelere yöneltmektedir. Aşağıda yer alan ifadeler kanıtlayıcı niteliktedir.

"Katılımcı 5;…sanal stratejimin en önemli örneği müşterilerin fiyata karşı olan hassasiyetleri; insanlar benim ucuza çıkardığım ürünleri illaki buluyor ve mutlaka almaya gayret gösteriyorlar…"

"Sanal strateji ile ilgili iş yapış süreçlerin nelerdir?" sorusu ile sanal stratejinin yapısı sorgulanmıştır. Bu sorunun yanıtında ise iş yapışın daha çok örneklerin incelenmesine yönelik bir izlence olduğu görülmüştür. Katılımcılar daha çok pazar ve rakipleri takip ederek iş yapış süreçleri oluşturduklarını ifade etmişlerdir. Aşağıda yer alan ifadeler kanıtlayıcı niteliktedir.

"Katılımcı 3; …iş yapma biçimim diğerlerini takip etmek; onların yaptığını yapmak ve geliştirmek…Katılımcı 4; …önce sosyal medyayı kullanıyordum o yönde iş yapanlar vardı şimdi ise uygulamaları kullanıyorum ve uygulamalar daha hızlı ve kullanan daha çok müşteri var…"

Katılımcılara yönelik derinlemesine sorularda ise görüşmenin gidişatına göre olanın derinlemesine keşfine yönelik bir bağlam yakalanmaya çalışılmıştır. "Sanal stratejinle ilgili en iyi ve en kötü olayın nedir?" ve "Sanal stratejin kötü olduğunda ne hissedersin?" sorularıyla keşif yapılmaya çalışılmıştır. Katılımcılar daha çok müşterilerin her daim haklı olduğunu kabul etse de ürün bozulma ve kırılmaların çok olduğunu bu yüzden de geri alımların karları azalttığını özellikle vurgulamışlardır. Aşağıda yer alan ifadeler kanıtlayıcı niteliktedir.

"Katılımcı 11; …ilk sattığım ürünler hep geri geliyordu ve müşteriler haklı da olsa karım sürekli azalıyordu…Katılımcı 7; …kırılmalardan dolayı çok kaybımız oldu ama belli bir süre sonra azalmalar oldu, yeni önlemler aldık, iş yapış bicimizi bile etkiledi…"

SONUÇ

Bu çalışma genel anlamda değerlendirildiği zaman çalışmanın özellikle KOBİ'ler üzerinden hareket edilerek, KOBİ'lerin iş modellerinde yaşadıkları değişimlerin sanal stratejilerle nasıl bir meydana okumaya dönüşebileceği ya da hangi stratejilerle hareket edildiğini tespit etmeye yönelik bir çalışma olmasından dolayı keşifsel niteliği olduğu açıktır. Nitel bir araştırma olarak araştırmada yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak, Porter'ın rekabet stratejileri üzerinden hareket ederek çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Bu noktada çalışma kavramsal çerçevesi içinde öncelikle rekabet stratejileri bağlamında oyuncak endüstrisi ve KOBİ'lerini ifade etmiş sonrasında oyuncak sektörünün genel görünümünü ve potansiyelini ortaya koymuştur. Daha sonra araştırma yöntem ve bulgularına bağlı olarak ortaya konan sonuçlar, iş/işletme yöneticilerine pratik öneriler sunabilecek niteliktedir. Bu noktada çalışmanın sonuçlarına göre

sanal stratejilerle ilgili KOBİ'lere yönelik yeni bir bakış açısı oluşması gerekmektedir. Porter'ın rekabet stratejileri değerlendirildiğinde ve araştırma sorularından ortaya çıkan sonuçlara göre; Oyuncak endüstrisi KOBİ'lerinin teknolojik alt yapılarının iyileştirilmesi ve desteklenmesine yönelik ivedilikle çalışmaların yapılması önerilebilir. KOBİ'lerin esnek olması, düşük sabit maliyetleri ve ulaşılabilirliği yüksek platformlarda yer almaları onları sürekli bir şekilde güçlendirmektedir.

Araştırmanın sonuçlarına bağlı olarak yapılan değerlendirmelere göre denilebilir ki; sanal dünyada pastadan bir dilim almak o kadar da kolay olmamakla birlikte en iyi örneklere ulaşmak ve eğitimsel faaliyetler ve alt yapı güçlendirmeleriyle daha fazla dilim almak önemli olacaktır. Sanal stratejiler ile birlikte işletmeler rekabet avantajı elde etmek için farklı stratejiler kullanmaktadırlar. Araştırmada sonucunda Porter odaklı olarak kullanılan en iyi veya en çok kullanılan stratejinin maliyet odaklı olduğu görülmüştür. Ancak araştırmanın sadece belli bir bölgede yer almasından dolayı coğrafi bir kısıtının olduğu dahası sadece KOBİ'leri kapsadığı için bir örneklem kısıtı olduğu da açıktır. Bundan sonraki çalışmalar farklı sektörlerle karşılaştırmalı olarak farklı coğrafyalarda uygulanabilir.

Etik Çerçeve: Bu çalışma bilimsel etik kapsamındaki kurallara sadık kalınarak yürütülmüş ve raporlanmıştır. Araştırma konusu özgün olarak seçilmiş ve deney süreci bu özgünlükte tasarlanmıştır. Gerçeğe uygunluk, bilimsel araştırma sürecinde herhangi denek veya ortama zarar vermeme, kaynak gösterme ve alıntılar başta olmak üzere tüm bilim etiği ilkeleri göz önünde bulundurularak araştırma tamamlanmıştır (TÜBA, 2002; Ortaş, 2010). Çalışmada incelenen işletme sahipleri ile görüşülmüş ve değerlendirme izni alınmıştır. Katılımcıların araştırmaya gönüllü olarak katıldıklarını gösteren gönüllülük beyanları alınmıştır. Araştırmadaki veriler bilimsel yöntemlerin dışına çıkılmadan analiz edilerek yorumlanmış üçüncü kişi veya kurumlarla paylaşılmamıştır.

KAYNAKÇA

1. Birçok Yönüyle Oyuncak Sektörü ve Geleceği. https://www.yeniisfikirleri.net/bircok-yonuyle-oyuncak-sektoru-ve-gelecegi/. Erişim Tarihi: 30.09.2021.
2. Kaplan, M. (2020). Yönetsel Bağlam Çerçevesinde Güncel Okumalar. Konya: Eğitim Kitabevi.
3. Ortaş, İ. (2010). "Etik İlkeler ve Davranış Kuralları Açısından Bilimsel Etik Kurullarının Gerekliliği". Türk Kütüphaneciliği, 24(1), 94-100.
4. Oyuncak Sektörü Analizi ve Oyuncak Sektörünü Bekleyen Önemli Tehditler. https://toyuncakdergisi.com/oyuncak-sektoru-analizi-ve-oyuncak-sektorunu-bekleyen-onemli-tehditler/. Erişim Tarihi: 30.09.2021.
5. Oyuncak Sektörü ve Pandemi Dönemindeki Yükselişi. https://www.cbmeturkey.com/tr/trend--cbme-turkiye/trend-blog/oyuncak-sektoru.html. Erişim Tarihi: 30.09.2021.
6. Porter, M. (2000). Rekabet Stratejisi Sektör ve Rakip Analiz Teknikleri. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
7. Porter, M. (2010). Rekabet Üzerine. İstanbul: Optimist Yayınları.
8. Savin-Baden, M. ve Major, C. H. (2013). Qualitative Research: The Essential Guide to Theory and Practice. New York: Routledge.
9. Sığrı, Ü. (2018). Nitel Araştırma Yöntemleri. İstanbul: Beta Yayınları.
10. Taşcı, D. (2020). Sanal Örgütler ve Örgüt Yapılanmalarındaki Değişimler. Sanal Örgütler Alanlar, Araştırmalar, Vakalar. (Edi. Deniz Taşcı ve Akansel Yalçınkaya). İstanbul: Maltepe Üniversitesi Yayınları. (ss. 25-34).

11. TÜBA. (2002). Bilimsel Araştırmada Etik ve Sorunları. Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları. Mart 20, 2021 tarihinde http://www.tuba.gov.tr/tr/yayinlar/suresiz-yayinlar/raporlar/tuba-bilimselarastirmada-etik-ve-sorunlari adresinden alındı.
12. Yılmaz, Ö. B. (2020). Oyuncak Sektörü Vitesi Büyütecek. https://www.ekonomist.com.tr/sektorler/oyuncak-sektoru-vitesi-buyutecek.html. Erişim Tarihi: 09.01.2020.



14.

Investigation of Phubbing Behaviors of Employees in the Banking Sector

BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLARIN PHUBBING (SOSYOTELİZM) DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ

Mehmet Akif Çakirer*

Dr. Serkan İnam**

ÖZET

Phubbing (Sosyotelizm) bireyin başka bireylerle iletişim hâlindeyken dikkatini ve algısını kişilerarası iletişimden kaçırıp akıllı telefonla ilgilenmesi durumudur. Bu araştırma, bankacılık sektöründe çalışan bireylerde phubbing kavramına etki eden faktörleri incelemek amacıyla yapılmıştır. Bu doğrultuda araştırmaya 122'si kadın (%31,2), 269 erkek (%69.8) olmak üzere toplam 391 birey gönüllü olarak katılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 21 programı kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak Phubbing (Sosyotelizm), "Akıllı Telefon Bağımlılığı", "İnternet Bağımlılığı", "Kayıp Korku Tutumu" ve "Öz Kontrol Tutumu" ölçekleri kullanılmıştır. Verilerin analizinde ilk olarak normallik testi için çarpıklık basıklık değerlerine bakıldığında dağılımın normal olduğu tespit edilmiştir. Bu aşamadan sonra demografik değişkenler arasındaki farkları belirlemek için T-Testi ve One-Way Anova analizi kullanılmıştır. Anova analizi sonucunda gruplar arası farklılığı belirlemek için ise Post-Hoc Tukey testi kullanılmıştır. Bununla birlikte araştırma kapsamında değişkenler arasındaki

***Lect. Afyon Kocatepe University, Bolvadin Vocational School.**

****Bursa Provincial Directorate of Youth and Sports.**

ilişkileri belirlemek için Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon analizi, bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni yordamadaki güçlerini belirlemek amacıyla Çoklu Doğrusal Regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen bulgular sonucunda demografik değişkenlerde gruplar arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte akıllı telefon bağımlılığı, internet bağımlılığı ve kayıp korku tutumunun phubbing kavramını anlamlı düzeyde yordadığı ve varyansın %36'sını açıkladığı tespit edilmiştir

Anahtar Kelimeler: Sosyotelizm, Mobil İhmalkarlık, Akıllı Telefon Kullanımı, Sosyal İlişki, Fear of Missing Out

JEL Kodu: M12, M39

Abstract

Phubbing is the situation in which the individual distracts person attention and perception from interpersonal communication while communicating with other individuals and deals with the smart phone. This research was carried out to examine the factors affecting the concept of phubbing in individuals working in the banking sector. in this direction, a total of 391 individuals, 122 women (31.2%) and 269 men (69.8%), participated in the study voluntarily. SPSS 21 program was used in the analysis of the data. Phubbing (Sociotelism), "Smartphone Addiction", "Internet Addiction", "Attitude of Loss Fear" and "Self Control Attitude" scales were used as data collection tools in the research. in the analysis of the data, firstly, when the skewness and kurtosis values for the normality test were examined, it was determined that the distribution was normal. After this stage, T-Test and One-Way Anova analysis were used to determine the differences between demographic variables. Post-Hoc Tukey test was used to determine the difference between groups as a result of Anova analysis. in addition, Pearson Product-Moment Correlation analysis was used to determine the relationships between the variables within the scope of the research, and Multiple Linear Regression analysis was used to determine the power of the independent variable in predicting the dependent variable. As a result of the findings obtained within the scope of the research, it was determined that there was a significant difference between the groups in demographic variables. in addition, it was determined that smartphone addiction, internet addiction and fear of loss significantly predicted the concept of phubbing and explained 36% of the variance.

Keywords: Phubbing, Mobile Neglect, Smartphone Use, Social Relationship, Fear of Missing Out

JEL Codes: M12, M39

GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesi ve küreselleşmenin etkisiyle akıllı telefonlar günümüz insanının adeta bir vazgeçilmezi olmuştur. Alışverişten, sağlık takibine, yatırımdan sosyalleşmeye kadar her türü ihtiyacı gideren akıllı telefonlar günümüzde kullanıcılarda aşırı bağımlılık faktörünü de ortaya çıkarmıştır. Çok yoğun akıllı telefon kullanımı bireyler arasındaki iletişim de derinden etkilemiştir. Kişiler birlikte paylaştığı ortamlarda bile sürekli ellerinde telefonun bulunması gözleri ise sürekli ekranda olması yeni bir kavramı da ortaya çıkarmıştır. 'Phubbing'

(Sosyotelizm) 2013'te ortaya çıkmış bir terimdir. İngilizce 'phone' (telefon) ile 'snubbing' (hor görmek, adam yerine koymamak) kelimelerinden türetilmiştir. Kısaca, karşınızdaki kişinin sizinle konuşurken, cep telefonuyla meşgul olmasıdır. Başka bir ifadeyle, phubbing, kişinin sosyal bir ortamda akıllı telefonuna bakması, sosyal medyayı kontrol etmesi, gelen mesajlarına cevap vermesi ya da sadece internette gezinerek etraftaki insanları görmezden gelmesidir (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016).

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Phubbing (Sosyotelizm) kişinin iletişim içerisinde bulunduğu ortamda etrafındaki kişi veya kişileri umursamama, konuşulan konuya odaklanamama ve sanal ortamı gerçek yaşama tercih etme durumudur (Karadağ vd 2015). Sosyotelizm, bireyin başka bireylerle iletişim hâlindeyken dikkatini akıllı telefona vermesi, akıllı telefonla ilgilenmesi ve algısını kişilerarası iletişimden kaçırmasıdır. Sosyotelizm sözcüğünün İngilizce karşılığı olan Phubbing sözcüğü ünlü Mac Guarie Sözlük'ün güncellenmesi sırasında ortaya çıkmıştır. Güncelleme ekibi çağın hastalığı denilebilecek bu akıllı telefon bağımlılığı için telefon (phone) ve yok saymak (snubbing) sözcüklerini birleştirerek phubbing sözcüğünü üretmiştir. Sosyotelizm akıllı telefonların yapısından dolayı birçok bağımlılığın kesiştiği bir rahatsızlıktır (Davey vd 2018).

2.1.Bağımlılık Türleri: Bağımlılık, yapıldığı anda geçici bir mutluluğa neden olan madde veya davranışların artan miktarlarda tekrarlanmasıyla oluşan biyopsikososyal bir bozukluktur. Başka bir ifadeyle bağımlılık insanın kendini kontrol edememesi sonucunda bir nesneye veya olguya aşırı muhtaç hale gelme durumudur. Bağımlılık denildiğinde madde bağımlılığı ilk olarak akla gelse de teknolojik gelişmelerde birlikte pek çok bağımlılık türü ortaya çıkmıştır. Akıllı telefonun kullanımı ile birlikte bağımlılık da artmıştır. Teknolojik anlamda bağımlılığı çeşitli türleri vardır. Bunlar:

2.1.1. Akıllı Telefon Bağımlılığı: Teknolojik gelişmelerle birlikte günümüzde insan yaşamı giderek çeşitli türde verilere daha hızlı iletişimi gerekli kılmakta bu da akıllı telefon bağımlılığına neden olmaktadır. Yapılan pek çok araştırmaya göre Phubbing, "akıllı telefon bağımlılığı" ile olumlu bir ilişki içindedir (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Karadağ vd., 2015).

2.1.2.İnternet Bağımlılığı: Özellikle son yirmi yılda internetin kullanımın yaygınlığının artmasıyla birlikte internet bağımlılığı artmıştır. Bireylerin internet kullanımına yönelik olarak geliştirmiş oldukları aşırıya kaçan davranışlar, araştırmacıları bilgisayar bağımlılığından mobil bağımlılık kavramına doğru araştırmaya itmiştir. İnternet bağımlılığı ve Facebook›un sosyal medya bağımlılıkları ve WhatsApp›taki artışla ilgili bağımlılığın oranı her geçen gün artmaktadır (Davey vd., 2010).

2.1.3.Sosyal Medya Bağımlılığı: Sosyal medya bağımlılığı, bireylerin sosyal medyayı aşırı derecede kullandığı bir internet bağımlılığı biçimidir. Sosyal medya bağımlılığı olan bireyler genellikle sosyal medya hakkında aşırı ilgi duyarlar ve sosyal medyaya giriş yapma ve sosyal medyayı kullanma konusunda kontrol edilemez bir dürtüyle hareket ederler (Karadağ vd 2015).

2.1.4.Oyun Bağımlılığı: Bilgisayar oyunu bağımlılığı olarak da bilinen oyun bağımlılığı

ortaya çıkan en yeni bağımlılık biçimlerinden olup sosyotelizme etki eden önemli faktörler biridir. Bazı kişiler, sağlıkları için potansiyel olarak ciddi sonuçlar doğurmasına rağmen uzun süreler boyunca dijital oyun oynamayı bırakamaz durumdadır. Oyun bağımlılığının bir kişinin ilişkileri, sosyal yaşamı, yaşam beklentileri ve genel sağlık durumu üzerindeki yıkıcı etkisini gösteren önemli sayıda araştırmalar vardır.

2.1.5. Uygulama Bağımlılığı: Sosyotelizmi oluşturan alt bileşenleren biri de uygulama bağımlılığıdır. Günümüzde akıllı telefonlar sayesinde pek çok uygulama telefonlara yüklenmektedir. Tüketicilere telefonlarına indirdiği bu uygulamaları da sürekli takip etmektedir. Özellikle bireylerin ilgi alanına göre çeşitlenen uygulamalar günümüzde tüketicileri bağımlı hale getirmiştir. Her indirilen uygulama akıllı telefon bağımlılığını etkilemiştir. Genel olarak bakıldığında akıllı telefonlardaki uygulamaların her biri birer bağımlılık nesnesi haline gelmiştir.

Aşağıda, konuya ilişkin literatür taraması verilmiştir.

Araştırmacı	Katılımcılar	Temel Bulgular
Chotpitayasunondh ve Douglas (2016)	Üniversite öğrencileri	İnternet bağımlılığı, 'kaçırma korkusu' ve kendi kendini kontrol etme tahmini phubbing ve kadınların erkeklerden daha fazla olması muhtemeldir.
David ve Roberts (2017)	Genel	Phubbed bireyler, sosyal dışlanma duygusu yaşarlar.
Karadağ ve diğ. (2015)	Üniversite öğrencileri	Phubbing davranışının en önemli belirleyicileri cep telefonu bağımlılığı, SMS bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı ve internet bağımlılığıdır.
Krasnova ve diğ. (2016)	Kadın ve erkek çiftler	Phubbing, artan kıskançlık duygularıyla ilişkilidir ve katılımcılar partnerinin dikkatinin kaybolmasından rahatsızlık hisseder.
McDaniel ve Coyne (2016)	Kadın ve erkek çiftler	Teknolojik cihazlar, çiftlerin boş zamanlarını meşgul ederek, ortak etkileşimlerini kesintiye uğratmaktadır. Teknoloji kullanımı, daha düşük ilişki memnuniyeti, daha fazla depresif belirtiler ve daha düşük yaşam doyumuna neden olmaktadır.
Roberts ve David (2017)	Çalışan ilişkileri	Yöneticilerin phubbing davranışı yöneticiye olan güveni sarsarak örgüte olan güveni azaltır.

ARAŞTIRMA

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı; bankacılık sektörü çalışanlarının akıllı telefon kullanımına bağlı olarak davranışlarını belirlemeye yönelik olarak tutumu oluşturan alt bileşenler ile çalışanların görev, unvan özellikleri arasındaki ilişkinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Araştırma sonucunda elde edilecek bulgular, örgütsel davranış alanında çalışan memnuniyeti vd. konulu teorik araştırmalar için destekleyici nitelikte, olması açısından önemlidir.

Araştırmanın Tasarım ve Yöntemi

Bu araştırma, nicel araştırma yöntem ve teknikleri kullanılarak yapılandırılmıştır. Nicel araştırma yöntemi, sosyal bilim araştırmalarındaki vakaları spesifik teknikler ve bunların çeşitli analiz teknikleri ile sayısal verilere dönüştürmek amacıyla kullanılmaktadır (Neuman, 2011). Bu çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formunda öncelikli olarak demografik sorular yer almakta sonra gelen ölçek soruları ise beşli likert

tipi ölçek ile yöneltilmiştir. Ölçek ifadelerine Davey, S., Davey, A., Raghav, S. K., Singh, J. V., Singh, N., Blachnio, A., ve Przepiórkaa, A.'nın 2018 yılında yazdıkları "Hindistan'daki ergenler ve gençler arasında "Phubbing" in belirleyicileri ve sonuçları: Etki değerlendirmesi çalışması" başlığını taşıyan çalışmalarından yararlanılmıştır. Katılımcılardan bu sorulara katılım düzeylerini belirtmeleri istenmiştir. Oluşturulan anket formu ülkemizde faaliyet gösteren bankacılık sektörü çalışanlarına uygulanmış ve veriler analiz edilmiştir. Araştırma kapsamına dâhil edilen çalışanlar kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiştir.

Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları

Araştırmanın evrenini Türkiye'de faaliyet gösteren kamu ve özel bankacılık sektöründe farklı pozisyonlarda çalışan 391 çalışan oluşturmaktadır. Türkiye Bankalar Birliği'ne göre 2020 yılında mevduat ile kalkınma ve yatırım bankalarında çalışan sayısı, 193 bindir. Türkiye Bankalar Birliği (TBB), mevduat ile kalkınma ve yatırım bankalarında çalışan sayısının, Aralık 2017'de bir önceki yılsonuna kıyasla 3 bin 195 kişi azalarak 193 bin 504'e gerilediğini bildirmiştir (TBB). Bankacılık sektöründe bu araştırmanın yapılması sektörün küçülerek büyümeye gitmesi bakımından önemlidir. Maliyet ve zaman kısıtları göz önüne alınarak örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem kullanılmıştır. Anketler kolayda örnekleme yöntemi uygulanarak ve 1 Nisan 2020 ve 30 Haziran 2020 tarihleri arasında gerçekleşmiştir. Araştırmanın verileri bırak-al yöntemiyle toplanmıştır. Araştırma için veri toplama sürecinde toplam 440 adet anket uygulanmıştır. 32 adet anket formunda eksiklikler, hatalar tespit edildiğinden dolayı 391 kullanılabilir anket formu üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

Araştırmanın Katkısı

Bankacılık sektörü Türkiye ekonomisinin en büyük ve en dinamik sektörlerin başında gelmektedir. Gelecekte daha da yoğun teknoloji kullanımına bağlı olarak personel istihdamının düşmesi beklenmektedir. Bu çalışma sonucundan finans sektöründe faaliyet gösteren bankaların çalışanların memnuniyetini arttırmakları amacıyla faydalanması beklenmektedir. Yine çalışan personellerin akıllı telefon kullanımı ve tutumu gibi konularda araştırma yapmak isteyen akademisyenlere faydalı olması beklenmektedir. Araştırma tek bir sektörde gerçekleştirilmiştir ve farklı sektörlerde tekrarlanarak karşılaştırmalı bir analiz yapılması faydalı olması beklenmektedir.

Veri Toplama Aracı

Veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formunda 20 soru bulunmaktadır. Hazırlanan ankette phubbing (sosyotelizm), akıllı telefon bağımlılığı, internet bağımlılığı, kayıp korku tutumu ve öz kontrol tutumu gibi beş ölçekten yararlanılmıştır. Ankette yer alan ifadelerin yanıtları literatürdeki çalışmalar incelenerek işe 5'li Likert ölçeğine göre düzenlenmiştir.5'li Likert ölçeğinde, örneğin "Bazen gerçekten ihtiyacım olmayan ürünleri satın alırım." ifadesinin yanıtı için "1-Kesinlikle Katılmıyorum", "2-Katılmıyorum", "3-Kararsızım", "4- Katılıyorum" ve "5- Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde beş seçenek yer almaktadır.

Ölçeğin Güvenilirliği

Güvenirlilik; geçerliliğin bir yönü olup, araştırma sonuçlarının tesadüfi olup olmadığı ile ilgilidir. Araştırmada Cronbach's α güvenirlilik ölçütü kullanılmıştır. İlgili literatüre göre güvenirlilik katsayıları, 0,00≤ α <0,40 ise ölçek güvenilir değil, 0,40≤ α <0,60 ise ölçek düşük güvenilirlikte, 0,60≤ α <0,80 ise ölçek oldukça güvenilir, 0,80≤ α <1,00 ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir şeklinde değerlendirilmiştir (Özdamar, 2004). Bu araştırmada ise elde edilen Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı .82 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 1. Ölçeklere İlişkin İç Tutarlılık Katsayıları

Ölçekler	Cronbach Alpha (α)
Phubbing Ölçeği	,59
Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği	,40
İnternet Bağımlılığı Ölçeği	,70
Öz kontrol Ölçeği	,68
Kayıp Korku Ölçeği	,68

Araştırma Modeli

Araştırmanın modeli aşağıda gösterilmiştir. Şekilde görüldüğü gibi bağımsız değişkenler phubbing (sosyotelizm), akıllı telefon bağımlılığı, internet bağımlılığı, kayıp korku tutumu ve irade tutumundan oluşmaktadır. Bu bağımsız değişkenler bağımlı değişken olan phubbing davranışı üzerinde etkili olmaktadır.

Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amaçları, modeli ve konuyla ilgili literatür taramasından elde edilen bilgiler göz önüne alınarak aşağıdaki hipotezler kurulmuş ve test edilmiştir.

H1. Akıllı telefonu bağımlılığının, phubbing davranışı üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H2. Öz kontrol tutumunun, phubbing davranışı üzerinde negatif bir etkisi vardır.

H3. İnternet bağımlılığının, phubbing davranışı üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H4. Kayıp korku tutumunun, phubbing davranışı üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H5. FoMO (Fear of Missing Out) sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korku tutumu, phubbing davranışı üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Ölçme sosyal bilimlerin en önemli ögelerinden biridir. Araştırmada neyin ölçüleceğinden, nasıl ölçüleceğine karar vermek sosyal bilim araştırmalarında büyük önem taşımaktadır. Ölçme, araştırmanın amaçlarına uygun olarak düzenlenmiş yöntemin öngördüğü veri toplama sistematiği ile gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmada aşağıda belirtilen ölçeklerden yararlanılmıştır. Bunlar:

3.9.1.Phubbing Ölçeği: Karadağ et al., 2015 tarafından geliştirilen ve 5'li likert tipinde (5="Kesinlikle Katılıyorum"; 1="Kesinlikle Katılmıyorum" aralığında) 4 maddelik ölçek kullanılmıştır.

3.9.2.Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği: Smetaniuk, 2014 tarafından geliştirilen, tek boyutlu 5'li likert tipinde (5="Kesinlikle Katılıyorum"; 1="Kesinlikle Katılmıyorum" aralığında) 4 maddelik ölçek kullanılmıştır.

3.9.3.İnternet Bağımlılığı Ölçeği: Smetaniuk, 2014 tarafından geliştirilen ve tek boyutlu 5'li likert tipinde (5="Kesinlikle Katılıyorum"; 1="Kesinlikle Katılmıyorum" aralığında) 4 maddelik ölçek kullanılmıştır.

3.9.4.Kayıp Korku Tutumu Ölçeği: Tangney et al., 2004 tarafından geliştirilen kayıp korku tutumu ölçeği toplam 4 ifadeden oluşmaktadır ve 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır. (5="Kesinlikle Katılıyorum"; 1="Kesinlikle Katılmıyorum" aralığında)

3.9.5.FOMO Ölçeği: Psikoloji literatüründe FoMO (Fear of Missing Out) sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu olarak yer almaktadır. Przybylski ve Gladwell, 2013 tarafından geliştirilen FoMO Ölçeği toplam 4 ifadeden oluşmaktadır. 5'li likert (5="Kesinlikle Katılıyorum"; 1="Kesinlikle Katılmıyorum" aralığında) kullanılmıştır. Türkçeye uyarlanan ölçekte yer alan ifadeler orijinal ölçek ile karşılaştırılarak tekrar düzenlenmiştir.

BULGULAR

Verilerin Analizi

Ölçeklerden elde edilen verilerin istatistiksel analizi için SPSS 21 bilgisayar programı kullanılmıştır. Araştırmada ilk olarak analizlerin uygunluğu ve varsayımların kontrolü için boş verilerin değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu işlem sonucunda eksik dolduran 12 kişinin olduğu tespit edilmiştir. Literatürde (Carpita & Manisera, 2011) bir değer atamak veya analiz dışı bırakmak gibi tekniklerin uygulanmış olduğu görülmüştür. Bu kapsamda verilere değer atanmasına karar verilmiştir. Bu aşamadan sonra Mahalanobis uzaklığı göz önünde bulundurularak uç değer analizlerin değerlendirilmesi yapılmıştır. Uç değer analizi neticesinde ise 3 kişinin verileri analiz dışı bırakılarak kalan 391 kişinin verileri üzerinden analizler yapılmıştır.

Bu aşamadan sonra ilk olarak normallik testi için çarpıklık basıklık değerlerine bakıldığında çarpıklık değerlerinin -,134 ile ,496 arasında, basıklık değerlerinin ise -201 ile ,334 arasında olduğu görülmüştür. Literatürdeki referans aralığı dikkate alındığında dağılımın normal olduğu tespit edilmiştir (Tabachnick & Fidell 2013, Tablo 2). Bu doğrultuda demografik değişkenler arasındaki farkları belirlemek için T-Testi ve One-Way Anova analizi kullanılmıştır. Anova analizi sonucunda gruplar arası farklılığı belirlemek için ise Post-Hoc Tukey testi kullanılmıştır.

Bununla birlikte araştırma kapsamında değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek için Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon analizi, bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni yordamadaki güçlerini belirlemek amacıyla Çoklu Doğrusal Regresyon analizi kullanılmıştır. Regresyon varsayım kriterleri olan modele dahil edilen değişkenler arasında korelasyon değerlerinin 0.70'in altında olduğu belirlendikten sonra varyans artış faktörünün (VIF) 10'un

altında olduğu, tolerance değerinin ise 0.2'nin üstünde olduğu bu doğrultuda çoklu bağlantı (multicollinearity) probleminin olmadığı saptanmıştır (Tabachnick & Fidell, 2013). Araştırma kapsamında katılımcılara "Sosyal medyayı en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?" sorusuna gelen yanıtlar MAXQDA nitel veri analizi programı kullanılarak kelime bulutu analizi ile görselleştirilmiştir.

Tablo 2. Araştırma Grubunun Tanımlayıcı İstatistiki Bilgileri

Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Kadın	122	31,2
	Erkek	269	68,8
	Toplam	391	100,0
Medeni Durum	Bekar	117	29,9
	Evli	274	70,1
	Toplam	391	100,0
Yaş	25-34	207	52,9
	35-44	152	38,9
	45-54	32	8,2
	Toplam	391	100,0
Eğitim Düzeyi	Lise	56	14,3
	Ön Lisans	48	12,3
	Lisans	243	62,1
	Yüksek Lisans	44	11,3
	Toplam	391	100,0
İş Deneyim Yılı	1-5 Yıl	105	26,9
	6-10 Yıl	164	41,9
	11-15 Yıl	68	17,4
	16-20 Yıl	54	13,8
	Toplam	391	100,0
Çalışılan Banka	Kamu Mevduat	264	67,5
	Özel Mevduat	75	19,2
	Kamu Katılım	9	2,3
	Özel Katılım	43	11,0
	Toplam	391	100,0

Tablo 3. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Ölçekler	N		Ss	Çarpıklık	Basıklık
Phubbing	391	11,312	3,248	,107	,008
Akıllı Telefon Bağımlılığı	391	11,163	2,847	-,134	,334
İnternet Bağımlılığı	391	9,092	2,982	,402	,252
Öz-Kontrol	391	8,181	3,020	,496	,014
Kayıp Korku	391	10,739	3,215	,028	-,201

Tablo 3'de çarpıklık değerlerinin -,134 ile ,496 arasında, basıklık değerlerinin ise -201 ile ,334 arasında olduğu görülmektedir. Tabachnick&Fidell (2013) referansı dikkate alındığında dağılımın normal olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Cinsiyet Değişkenine Göre Katılımcıların Ölçeklerden Almış Oldukları Puanlara İlişkin T-Testi Sonuçları

Değişkenler	Cinsiyet	N		Ss	t	sd	p
Phubbing	Kadın	122	11,000	2,742	-1,280	389	,164
	Erkek	269	11,453	3,449			
Akıllı Telefon Bağımlılığı	Kadın	122	11,254	2,333	,422	389	,673
	Erkek	269	11,122	3,054			
İnternet Bağımlılığı	Kadın	122	8,508	2,669	-2,627	389	,009*
	Erkek	269	9,356	3,082			
Öz-Kontrol	Kadın	122	7,696	2,705	-2,148	389	,032*
	Erkek	269	8,401	3,133			
Kayıp Korku	Kadın	122	10,483	3,149	-1,059	389	,290
	Erkek	269	10,855	3,243			

Tablo 4'te cinsiyet değişkenine göre t-testi sonuçları incelendiğinde, phubbing (t(389)=-1,280, p>.05), akıllı telefon bağımlılığı(t(389)=,422, p>.05), kayıp korku (t(389)=-1,059, p>.05) ölçekleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. İnternet bağımlılığı (t(389)=-2,627, p<.05), öz-kontrol(t(38)=-2,148, p<.05) ölçekleri arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu ölçeklerdeki farklılık incelendiğinde, erkeklerin puan ortalamalarının kadınlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 5. Medeni Durum Değişkenine Göre Katılımcıların Ölçeklerden Almış Oldukları Puanlara İlişkin T-Testi Sonuçları

Değişkenler	Medeni Durum	N		Ss	t	sd	p
Phubbing	Evli	117	11,094	3,189	-,867	389	,387
	Bekar	274	11,405	3,274			
Akıllı Telefon Bağımlılığı	Evli	117	10,641	2,817	-2,386	389	,018*
	Bekar	274	11,386	2,835			
İnternet Bağımlılığı	Evli	117	9,256	3,029	,712	389	,477
	Bekar	274	9,021	2,964			
Öz-Kontrol	Evli	117	8,803	3,071	2,681	389	,008*
	Bekar	274	7,916	2,964			
Kayıp Korku	Evli	117	11,042	3,351	1,221	389	,223
	Bekar	274	10,609	3,152			

Tablo 5'te medeni durum değişkenine göre t-testi sonuçları incelendiğinde, phubbing (t(389)=-,867, p>.05), internet bağımlılığı (t(389)=,712, p>.05), kayıp korku (t(389)=-1,221, p>.05) ölçekleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Akıllı telefon bağımlılığı (t(389)=-2,386, p>.05), öz-kontrol (t(38)=2,681, p<.05) ölçekleri arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu ölçeklerdeki farklılık incelendiğinde, akıllı telefon bağımlılığı ölçeğinde bekâr olanların evli bireylere göre puan ortalamalarının daha yüksek olduğu, öz kontrol ölçeği incelendiğinde ise, evli olanların bekâr bireylere göre puan ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 6. Yaş Değişkenine Göre Katılımcıların Ölçeklerden Almış Oldukları Puanlara İlişkin Anova Sonuçları

Değişkenler	Yaş	N		Ss	sd	F	p	Fark-Tukey
Phubbing	A: 25-34	207	11,541	3,158	2			
	B: 35-44	152	11,407	3,286	388	6,444	,002*	A>C, B>C
	C: 45-54	32	9,375	3,097	390			
	Toplam	391	11,312	3,248				
Akıllı Telefon Bağımlılığı	A: 25-34	207	11,178	2,980	2			
	B: 35-44	152	11,315	2,504	388	1,551	,213	
	C: 45-54	32	10,343	3,404	390			
	Toplam	391	11,163	2,847				
İnternet Bağımlılığı	A: 25-34	207	8,903	3,067	2			
	B: 35-44	152	9,440	2,683	388	1,803	,166	
	C: 45-54	32	8,656	3,642	390			
	Toplam	391	9,092	2,982				

Öz-Kontrol	A: 25-34	207	8,343	3,034	2			
	B: 35-44	152	7,927	3,075	388	,878	,416	
	C: 45-54	32	8,343	2,647	390			
	Toplam	391	8,181	3,020				
Kayıp Korku	A: 25-34	207	10,758	3,067	2			
	B: 35-44	152	10,875	3,357	388	1,058	,348	
	C: 45-54	32	9,968	3,449	390			
	Toplam	391	10,739	3,215				

Tablo 6'te katılımcıların yaş değişkenine göre anova sonuçları incelendiğinde, akıllı telefon bağımlılığı (F(2−390)=1,551; p>.05), internet bağımlılığı (F(2−390)=1,803; p>.05), öz-kontrol (F(2−390)=,878; p>.05), kayıp korku (F(2−390)=1,058; p>.05) ölçeklerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Phubbing (F(2−390)=6,444; p<.05) ölçeğinde ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Farkın kaynağını belirlemek için yapılan post-hoc tukey analiz sonuçları incelendiğinde, 25-34 ve 35-44 yaş aralığında olan bireylerin phubbing puan ortalamalarının 45-54 yaş aralığında olan bireylere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7. Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Katılımcıların Ölçeklerden Almış Oldukları Puanlara İlişkin Anova Sonuçları

Değişkenler	Eğitim Düzeyi	N		Ss	sd	F	p	Fark-Tukey
Phubbing	A:Lise	56	12,214	3,749	3			
	B: Ön Lisans	48	11,479	2,996	387	1,917	,126	
	C: Lisans	243	11,078	3,218	390			
	D: Yüksek Lisans	44	11,272	2,864				
	Toplam	391	11,312	3,248				
Akıllı Telefon Bağımlılığı	A: Lise	56	11,089	3,723	3			
	B: Ön Lisans	48	11,354	3,348	387	,508	,677	
	C: Lisans	243	11,065	2,675	390			
	D: Yüksek Lisans	44	11,590	1,716				
	Toplam	391	11,163	2,847				
İnternet Bağımlılığı	A: Lise	56	9,767	3,258	3			
	B: Ön Lisans	48	8,375	2,246	387	2,682	,047*	A>B
	C: Lisans	243	9,193	3,070	390			
	D: Yüksek Lisans	44	8,454	2,618				
	Toplam	391	9,092	2,982				

Öz-Kontrol	A: Lise	56	8,142	4,060	3			
	B: Ön Lisans	48	8,770	2,156	387	,746	,525	
	C: Lisans	243	8,061	2,832	390			
	D: Yüksek Lisans	44	8,250	3,306				
	Toplam	391	8,181	3,020				
Kayıp Korku	A: Lise	56	11,803	4,473	3			
	B: Ön Lisans	48	10,208	1,785	387	2,781	,041*	A>B
	C: Lisans	243	10,670	3,148	390			
	D: Yüksek Lisans	44	10,340	2,623				
	Toplam	391	10,739	3,215				

Tablo 7'da katılımcıların eğitim düzeyi değişkenine göre anova sonuçları incelendiğinde, phubbing (F(3−390)=1,917; p>.05), akıllı telefon bağımlılığı (F(3−390)=,508; p>.05), öz-kontrol (F(3−390)=,746; p>.05) ölçeklerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. İnternet bağımlılığı (F(3−390)=2,682; p<.05), kayıp korku(F(3−390)=2,781; p<.05)ölçeklerinde ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Farkın kaynağını belirlemek için yapılan post-hoc tukey analiz sonuçları incelendiğinde, lise eğitim düzeyine sahip bireylerin puan ortalamalarının ön lisans eğitim düzeyine sahip bireylere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 8. Araştırma Kapsamında Kullanılan Ölçekler Arasındaki Pearson-Korelasyon Analiz Sonuçları

		Akıllı Telefon Bağımlılığı	İnternet Bağımlılığı	Öz-Kontrol	Kayıp Korku
Phubbing	r	,376**	,521**	,256**	,424**
	p	,000	,000	,000	,000
	n	391	391	391	391

Tablo 8'de ölçekler arasındaki korelasyon analiz sonuçları incelendiğinde, phubbing ile akıllı telefon bağımlılığı arasında (r=,376, p<.05) pozitif yönde orta düzeyde, internet bağımlılığı arasında (r=,521, p<.05) pozitif yönde orta düzeyde öz-kontrol arasında (r=,256, p<.05) pozitif yönde orta düzeyde ve son olarak kayıp korkut arasında (r=,424, p<.05) pozitif yönde orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 9. Phubbing Değişkeninin Yordanmasına İlişkin Çok Doğrusal Regresyon Analiz Sonuçları

Değişkenler	B	Std. Hata	Beta	t	p
Sabit	2,982	,641		4,648	,000
Akıllı Telefon Bağımlılığı	,162	,052	,142	3,123	,002
İnternet Bağımlılığı	,419	,052	,385	8,120	,000
Öz-Kontrol	-,006	,049	-,006	-,123	,902
KayıpKorku	,257	,046	,254	5,619	,000
R=600, R2=360, p=000, Durbin-Watson=1,467					

Tablo 9'de çoklu doğrusal regresyon analiz sonuçları incelendiğinde, Phubbing değişkeni akıllı telefon bağımlılığı (p=,002), internet bağımlılığı (p=,000) ve kayıp korku (p=,000) tarafından anlamlı düzeyde yordandığı tespit edilmiştir. Bu değişkenlerin toplam varyansın %36'sını açıkladığı tespit edilmiştir (R=600; R2=360). Öz-kontrol değişkeninin ise (p=,902) phubbing değişkenini anlamlı düzeyde yordamadığı görülmektedir.

Betimsel Soru İfadesine İlişkin Bulgular



Şekil 1. "Sosyal medyayı en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?" sorusuna ilişkin kelime bulutu

Tablo 10. "Sosyal medyayı en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?" Sorusuna Verilen Yanıtların Frekans Değerleri

Yanıtlar	f
Arkadaşlarımı Takip Etmek	98
Gündemi Takip Etmek	72
Paylaşımlarda Bulunmak (Fotoğraf, Video)	65
Markaları Takip Etmek	41
Zaman Geçirmek	35

Arkadaşlarımla Haberleşmek	24
Oyun Oynamak	19
Online Sohbet Etmek	16
Profilini Güncellemek	11
Duygu ve Düşüncelerimi İfade Etmek	10
Toplam Görüş	391

Tablo 10'da katılımcıların verdiği cevaplara kelime bulutu analizi ile yapılan görselleştirmenin sonucunda, Arkadaşlarımı takip etmek, gündemi takip etmek, paylaşımlarda bulunmak gibi ifadelerin frekans olarak öne çıktığı görülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan araştırmada akıllı telefonların kullanımına bağlı olarak sosyal medyanın günlük hayatın vazgeçilmezi haline geldiğini göstermektedir. Araştırma ülkemizin en dinamik sektörü olan bankacılık sektöründe faaliyet gösteren beyaz yakalı çalışanların bir alt kümesi olan bankacılık sektörü çalışanları üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sonuçları topluca ele alındığında; betimleyici istatistikler paylaşılmış, araştırmada kullanılan ölçeklerin ortalama, standart sapma, çarpıklık ve basıklık değerleri dağılımını dengeli olduğu görülmektedir. Cinsiyet değişkenine göre phubbing ile akıllı telefon bağımlılığı ve kayıp korku arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın bulunmadığı, phubbing ile internet bağımlılığı ve öz-kontrol arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunduğu tespiti paylaşılmıştır. Bu ölçeklerdeki farklılık incelendiğinde, erkeklerin puan ortalamalarının kadınlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

Medeni durum değişkenine göre phubbing ile internet bağımlılığı ve kayıp korku arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın bulunmadığı, akıllı telefon bağımlılığı ile öz-kontrol arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın bulunduğu tespit edilmiştir. Akıllı telefon bağımlılığı ölçeğinde bekâr bireylerin, evli bireylere göre puan ortalamalarının daha yüksek olduğu, öz kontrol ölçeği incelendiğinde ise, evli bireylerin, bekâr bireylere göre puan ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmüştür.

Yaş değişkenine göre elde edilen anova sonuçlarında; akıllı telefon bağımlılığı, internet bağımlılığı, öz-kontrol, kayıp korku, ölçeklerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespiti paylaşılmıştır. Ek olarak, 25-34 ve 35-44 yaş aralığında olan bireylerin phubbing puan ortalamalarının 45-54 yaş aralığında olan bireylere göre daha yüksek olduğu tespiti paylaşılmıştır.

Eğitim düzeyi değişkenine göre Anova sonuçlarında; phubbing, akıllı telefon bağımlılığı, öz-kontrol, ölçeklerinde anlamlı bir farklılık olmadığı internet bağımlılığı bağlamında ise anlamlı bir farklılığın bulunduğu tespiti paylaşmıştır. Söz konusu bu farkın lise eğitim düzeyine sahip bireylerin puan ortalamalarının, ön lisans eğitim düzeyine sahip bireylere göre daha yüksek olmasından kaynaklandığı bilgisi verilmiştir.

Pearson korelasyon sonuçlarına göre phubbing ile akıllı telefon bağımlılığı arasında pozitif

yönde orta düzeyde, internet bağımlılığı arasında pozitif yönde orta düzeyde, öz-kontrol arasında pozitif yönde orta düzeyde, kayıp korkusu arasında pozitif yönde orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki gösterdiği tespit edilmiştir.

Paylaşılan sonuçlardan bir diğeri de; akıllı telefon bağımlılığı, internet bağımlılığı ve kayıp korku değişkenlerinin phubbing değişkenini anlamlı yordandığı, öz-kontrol değişkeninin ise phubbing değişkenini anlamlı düzeyde yordamadığı şeklindedir. Son olarak da kelime bulutu analizi görselleştirmesi sonucu paylaşılmış buna göre, "arkadaşlarımı takip etmek, gündemi takip etmek, paylaşımlarda bulunmak" gibi ifadelere ait frekans değerlerinin daha yüksek çıktığı bilgisi paylaşılmıştır. Bu araştırmadan sonra phubbing (sosyotelizm) üzerine davranışsal çalışmalar gerçekleştirilmesi ileride literatürde zenginleştirmek adına daha faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

1. Angeluci, A. C. B. (2016). "Stop Phubbing Me!": A Case Study on Mobile Media and Social Relations. in Handbook of Research on Comparative Approaches to the Digital Age Revolution in Europe and the Americas (pp. 192-201). IGI Global.
2. Carpita M, Manisera M. on the Imputation of Missing Data in Surveys with Likert-Type Scales. J Classif. 2011;28(1):93-112.
3. Chotpitayasunondh V., & Douglas K.M. (2016). How 'phubbing' becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. Computers in Human Behavior, 63, 9–18.
4. Davey, S., Davey, A., Raghav, S. K., Singh, J. V., Singh, N., Blachnio, A., & Przepiórkaa, A. (2018). Predictors and consequences of "Phubbing" among adolescents and youth in India: An impact evaluation study. Journal of Family and Community Medicine, 25(1), 35.
5. David M.E., & Roberts J.A. (2017). Phubbed and alone: Phone snubbing, social exclusion, and attachment to social media. Journal of the Association for Consumer Research, 2, 155–163.
6. Karaaslan, Budak (2012) Research on the Use of Mobile Phone Features by University Students and Its Impact on Their Communication Practices in Everyday Life, Journal of Yasar University 2012 26(7):4548 – 4571
7. Krasnova H., Abramova O., Notter I., & Baumann A. (2016, April). Why phubbing is toxic for your relationship: Understanding the role of smartphone jealousy among 'Generation Y' users. Paper presented at the 24th European Conference on Information Systems (ECIS), Istanbul, Turkey.
8. Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M., ... & Babadağ, B. (2016) Sanal Dünyanın Kronolojik Bağımlılığı: Sosyotelizm (Phubbing)Addıcta: The Turkish Journal on Addıctions, Güz 2016, 3(2), 223–269
9. McDaniel B.T., & Coyne S.M. (2016). 'Technoference': The interference of technology in couple relationships and implications for women's personal and relational well-being. Psychology of Popular Media Culture, 5, 85–98.
10. Nazir, T., & Pişkin, M. (2016). Phubbing: A technological invasion which connected the world but disconnected humans. Int J Indian Psychol, 3, 68-76.
11. Özaşçılar, M. (2009). Cep telefonu kullanımının sosyolojik boyutu: Bireysel güvenlik ve günlük hayattaki yeri (Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Anabilim Dalı, İstanbul).
12. Przybylski AK, Murayama K, DeHaan CR, Gladwell V. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. Comput Hum Behav 2013;29:1841-8.
13. Roberts, J. A., & David, M. E. (2016). My life has become a major distraction from my cell phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners. Computers in Human Behavior, 54, 134-141.
14. Roberts, J. A., & David, M. E. (2017). Put down your phone and listen to me: How boss phubbing undermines the psychological conditions necessary for employee engagement. Computers in Human Behavior, 75, 206-217.
15. Smetaniuk P. A preliminary investigation into the prevalence and prediction of problematic cell phone use. J Behav Addict 2014;3:41-53.

16. Tabachnick L, Fidell, (2013) Using Multivariate Statistics (sixth ed.) Pearson, Boston
17. Türkiye Bankalar Birliği (2018), Bankacılık Sisteminde Banka, Çalışan ve Şube Sayıları Aralık 2017, Şubat 2018, Rapor Kodu: DT13.
18. Yan, L. F., & Wan, J. C. (2017). Current Situation and Reason Analysis of Phubbing? s Mobile Phone Addiction. Journal of North China University of Science and Technology (Social Science Edition), 1, 003.



15.

Determinants of Board Size: Research on the Turkish Banking Sector

Dr. Mesut Doğan*

Abstract

The purpose of this paper is to identify the determinants of board size. in other words, it is aimed to determine the corporate governance variables and firm-specific internal factors that determine the board size of banks. For these purposes, the data of 10 banks whose stocks were traded in Borsa Istanbul (BIST) between 2010-2020 were used in the research. There is a positive and statistically significant relationship between board size and return on assets , foreign board member ratio, supervisory board member ratio, duality and total assets. on the other hand, there is a negative relationship between the size of the board of directors and the market value/book value, free float ratio, the capital share of the largest shareholder, the ratio of female and independent board members.

Keywords: Board Size, Ownership Structure, Corporate Governance

Introduction

Since the beginning of the 2000s, corporate governance practices have gained importance in increasing the competitiveness of enterprises. Due to the accounting scandals (Enron, Tyco, Merrill Lynch, WorldCom, Parmalat, etc.), it has been revealed that corporate governance

---

***Professor, Afyon Kocatepe University.**

practices are insufficient. These accounting scandals have caused companies to lose the trust of interest groups. The intertwining of the concepts of audit and internal audit and the misbehavior of the business managers in their decisions can be counted. All these experiences have made the board of directors and ownership structure of companies even more questionable.

Corporate governance is a collection of systems that aims to ensure that business managers use assets and values effectively and that managers are in a position to be accountable to shareholders for the results obtained through this use. From this point of view, this concept can be expressed as a collection of systems that regulates the relations of an enterprise with its shareholders in a narrow sense and regulates the relations between the enterprise and society in a broad sense (Aysan, 2007: 18). One of the foremost aims of corporate governance is to protect the interests of its shareholders. Corporate governance is concerned with ways to ensure the return on investment of those who provide capital flows to businesses (Shleifer and Vishny, 1997). Investors feel secure when return on investment is provided and protected by law. Thus, businesses will contribute to the country's economy and help the country's economic development thanks to the low-cost capital investments they will make from investors who feel safe (Claessens and Fan, 2002).

There is a growing lack of confidence in global financial markets due to the lack of certain aspects of corporate governance practices. Agency theory; argues that potential conflicts of interest between company managers and shareholders will increase agency costs and reduce performance. on the other hand, representation theory; it emphasizes the service role of managers and does not acknowledge the existence of an internal conflict between managers and shareholders. in this context, the purpose of this paper is to identify the determinants of board size. in other words, it is aimed to determine the corporate governance variables and firm-specific internal factors that determine the board size of banks. For these purposes, the data of 10 banks whose stocks were traded in Borsa Istanbul (BIST) between 2010-2020 were used in the research.

Conceptual Framework

The examination of company boards of directors and ownership structures was carried out with the Cadbury (1992) report, which revealed the financial dimension of corporate governance for the first time. Academic studies in this field also gained momentum with the study of Hermalin and Weisbach (1991) in about the same period. in the following period of these two studies, the structure of the board of directors and the variables related to the ownership structure have been examined in studies conducted for many developed and emerging markets.

The board of directors uses its powers and responsibilities in line with the legislation, articles of association, in-house regulations and policies, within the framework of the authority given by the shareholders at the general assembly. The board of directors is the strategic decision-making, representation and highest-level executive body of an enterprise. The board of directors aims to maximize the market value of the business while making and implementing its decisions. The board of directors conducts business in a way that ensures long-term and

stable earnings for shareholders. While doing this, it pays attention not to disturb the delicate balance between the shareholders and the growth requirement of the enterprise (SPK, 2014: 24).

Boards of directors are among the basic corporate governance mechanisms. The interaction between the members of the board of directors who direct the company for the purpose of creating value and internal and external actors is defined as corporate governance. Therefore, the effectiveness of the board of directors is closely related to creating value for the company (Huse, 2004: 392). However, weak corporate governance is seen as the product of an ineffective board of directors. Many corporate governance reform advocates have often argued that the board of directors and ownership structure will improve corporate governance practices and financial performance (Anne and Williams, 2003: 466).

Corporate governance is generally the mechanism that is expected to help businesses maximize their performance, effectiveness and efficiency. in addition, it is also expressed as a control and management system that explains in detail the regulations and rules that businesses should consider in their decisions regarding their activities and reveals the rights and responsibilities of the shareholders (Akdoğan and Boyacıoğlu, 2010: 12). The Board of Directors, on the other hand, is formed in such a way as to ensure that the efficiency is at the highest level and that it carries out its decision-making, executive and representation functions independently, away from any conflict of interest among all stakeholders. The ability, skill and experience levels of the members of the board of directors and the degree of independence affect the performance level and success of the board of directors and directly determine the success of the enterprise in achieving its goals (SPK, 2014: 24).

The mission of the board of directors, as the highest decision maker, is to proactively steer the institution and to add permanent and lasting value to its stakeholders in the long run. Although the board of directors is not involved in daily operations, it is a multi-faceted body that determines the rules of the game, plays the role of both coach and referee. The boards of directors are responsible for maintaining the balance between the return of strategic choices, the risk profile, the short- and long-term balance of performance, the fair protection of interests among shareholders, taking priority and promoting innovation, and audit and control functions. It is therefore important to maintain a prudent balance in their decisions. The supervisory, guiding, rule-making and exemplary responsibilities of the boards of directors make a strong structure mandatory (Argüden, 2007: 15).

Boards of directors have different structures according to countries. in countries such as the USA, England, and Japan, the boards of directors are single-stage. This type of board of directors has undertaken the management of the company as a proxy on behalf of the main right holders. in countries such as Germany, the Netherlands and Finland, the boards of directors have two-stage duties. in addition to the executive board, which undertakes the normal management duties of the company, there is a supervisory board, usually composed of independent members outside the company, which elects and appoints them, monitors and directs them. in two-stage boards, the powers and duties of the usual single-stage boards of

directors are distributed between two different boards (Ülgen and Mirze, 2007: 431).

It is important to examine the board of directors as the executive body where strategies are determined, decisions are taken and action plans are determined. Therefore, most of the studies examining the effects of company management on financial performance focus on the characteristics of the board of directors (Taşkın, Durak, & Aktaş, 2013). However, the size of the board of directors is important because it is one of the focal points of corporate governance practices, the independence of the board is emphasized in many corporate governance reports and it plays an important role in the operation of the enterprise. At the same time, the size of the board of directors is a very important point in terms of corporate governance, as it will increase the representation rate in company management (Okur, 2014: 37).

They argued that the investors of the enterprises with more boards of directors would have lower borrowing costs because it is thought that the financial accounting processes of these enterprises are monitored more effectively (Anderson, Mansi, & Reeb, 2004). A large board is more likely than a small board to form alternative political coalitions that challenge the Chief Executive Officer and take control of the business.

When the studies on the size of the board of directors are examined, three basic theories emerge. These theories are; Agency Theory, Representation Theory, and Resource Dependency Theory. The agency theory states that large organizations need more members to monitor and control the activities of the firm, while the resource dependency theory similarly emphasizes that large firms should have more members to access these resources as they will need more resources. in terms of agency theory, since more members will examine management decisions, they may not be cautious against agency problems. For this reason, agency theorists have argued that a limit should be placed on the number of members. in terms of resource dependency theory, on the other hand, boards with a large number of members mentioned that they will provide more connections and thus increase the performance of the firm, claiming that it will be easier to access resources. in terms of representation theory, the number of dependent members is important because it is assumed that the dependent members have superior knowledge that can influence the board's decisions. in the representation theory, managers act as a servant of the company instead of looking after their own economic interests as in the agency theory (Ekşi, 2009: 133).

Methodology

The purpose of this paper is to identify the determinants of board size. in this context, it is aimed to determine the corporate governance variables and firm-specific internal factors that determine the board size of banks. For these purposes, the data of 10 banks whose stocks were traded in Borsa Istanbul (BIST) between 2010-2020 were used in the research. in the study, the number of independent-female (FEMALE)-foreign (IND) board members, CEO duality (CEO) and the number of supervisory board members (AUDIT) were used as board structure. As the ownership structure variables, the share of the largest shareholder (BLOCK) and the free float ratio (FFR) variables were used. Firm-specific variables are firm size (ASSET), leverage ratio

(LEVERAGE), return on assets (ROA), market value/book value ratio (TOBIN). in this study, the errors were corrected by using the fixed effects model, the White period standard errors and the covariance coefficient method. Thus, the developed model has become resistant to errors.

Findings

In this section, the results have been represented that affects the board size of the banks.

Table 1. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	110	-2,20	3,01	1,3158	,78669
TOBIN	110	,30	6,70	1,1940	,90115
BOARD	110	5,00	14,00	10,1455	2,11086
IND	110	,00	2,67	,2788	,27086
FEMALE	110	,00	,33	,1077	,08544
FOREGN	110	,00	1,00	,2935	,27947
AUDIT	110	2,00	5,00	2,5091	,78688
CEO	110	,00	1,00	,9545	,20925
BLOCK	110	25,01	99,88	60,2627	23,92336
FFR	110	,12	51,20	27,0550	17,37494
LEVERAGE	110	12,80	30,80	16,1835	2,45962
ASSET	110	2,57	13,21	11,98	1,253

In Table 1, the descriptive statistics of the banks examined in the research are given. According to the results, the average board size of the banks was determined as 10.14.

Table 2. Results of White Period Standard Errors and Covariance Method Method

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	10.85279	1.782003	6.090217	0.0000
ROA	0.549259	0.211463	2.597426	0.0108
TOBIN	-0.796165	0.215137	-3.700745	0.0004
FFR	-0.038158	0.015249	-2.502304	0.0140
BLOCK	-0.021711	0.011036	-1.967296	0.0520
FOREGN	2.590292	0.878518	2.948478	0.0040
FEMALE	-4.694831	2.287792	-2.052123	0.0428
IND	-0.915730	0.423859	-2.160458	0.0332
CEO	1.925979	0.918719	2.096375	0.0386
AUDIT	0.766765	0.234413	3.270993	0.0015
ASSET	2.66E-06	1.13E-06	2.356017	0.0205
LEVERAGE	-0.142233	0.087488	-1.625737	0.1072

R-squared	0.474690	Mean dependent var	10.14545
Adjusted R-squared	0.415727	S.D. dependent var	2.110856
S.E. of regression	1.613491	Akaike info criterion	3.897346
Sum squared resid	255.1286	Schwarz criterion	4.191944
Log likelihood	-202.3540	Hannan-Quinn criter.	4.016837
F-statistic	8.050603	Durbin-Watson stat	0.755545
Prob(F-statistic)		0.000000	

In Table 2, a model has been developed for the factors that determine the board size. According to the results of the white period standard errors and covariance coefficient method; there is a positive and statistically significant relationship between board size (BOARD) and return on assets (ROA), foreign board member ratio, supervisory board member ratio, duality and total assets ($p<0.05$). Hence, the increase in the number of foreign and supervisory board members, asset profitability and firm size causes an increase in the number of board members. on the other hand, there is a negative relationship between the size of the board of directors and the market value/book value (TOBIN), free float ratio (HAO), the capital share of the largest shareholder, the ratio of female and independent board members ($p<0.05$). The increase in the market performance, the capital share of the largest shareholder, and the ratio of women and independent members of the board of directors cause a decrease in the number of board members.

Conclusion

In the studies on the number of board members, they stated that if there are fewer board members, it will cause higher membership coordination, less communication problems and they will have more effective supervisors. in companies with larger boards, the responsibility for overseeing management is expected to be more diffused, as each board of directors individually has less responsibilities. in addition, in other studies, it has been argued that if the number of board members increases, the decision-making processes of the firm slow down and, in this case, the efficiency of the firm decreases. on the other hand, there are also studies claiming that it will be easier to access resources since the boards with a large number of management members will provide more connections.

The aim of this paper is to identify the determinants of board size. For these purposes, the data of 10 banks whose stocks were traded in Borsa Istanbul (BIST) between 2010-2020 were used in the research. There is a negative relationship between the size of the board of directors and the market value/book value, free float ratio, the capital share of the largest shareholder, the ratio of female and independent board members ($p<0.05$). on the other hand, there is a positive and statistically significant relationship between board size and return on assets , foreign board member ratio, supervisory board member ratio, duality and total assets.

The findings obtained in the research; it is of great importance for investors, researchers,

financial regulators and top management of enterprises. in the studies to be carried out to create a new corporate governance model, it will provide researchers with the opportunity to build the corporate governance model on this research.

References

1. Akdoğan, Y. E. & Boyacıoğlu, M. A. (2010). Corporate Governance in Turkey: An Overview. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24, 11-30.
2. Anderson, R., Mansi S. & Reeb, D. (2004). Board Characteristics, Accounting Report Integrity and the Cost of Debt. Journal of Accounting and Economics, 37, 341- 342.
3. Anne, H. C. & Williams, M. S. (2003). International Comparative Analysis of the Association Between Board Structure and The Efficiency of Value Added by a Firm from its Physical Capital and İntellectual Capital Resources. The International Journal of Accounting, 38, 465- 491.
4. Argüden, Y. (2007). Yönetim Kurulu Sırları: Yasam Kalitesi İçin Kurumsal Yönetişim. Rota Yayınları, İstanbul.
5. Aysan, M. A. (2007). Muhasebe ve Kurumsal Yönetim. Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı: 35, 17-24.
6. Cadbury, A. (1992). Report of the Committee on the Financial Aspects of Corporate Governance. London: Gee Publishing.
7. Claessens, S. & Fan, J. P. (2002). Corporate Governance in Asia: A Survey. International Review of Finance, 3(2), 71.
8. Ekşi, C. (2009). Yönetim Kurulu Üyeliği ve Şirket Performansı: Türk Firmaları İçin Bulgular. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
9. Hermalin, E. B. & Weisbach M. S. (1991). The Effect of Board Composition and Direct Incentives on Firm Performance. Financial Management, 20, 101- 112.
10. Huse, M. (2004). Boards, Governance and Value Creation: The Human Side of Corporate Governance. Cambridge: Cambridge University Press.
11. Okur, M. R. (2014). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Hisse Performansına Etkisi: Borsa İstanbul Üretim Sektörü Üzerinde Bir Uygulama. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yaşar Üniversitesi, İzmir.
12. Shleifer, A. & Vishny, R. W. (1997). A Survey of Corporate Governance. The Journal of Finance, 52(2), 737- 783.
13. SPK (2014). http://www.spk.gov.tr/apps/teblig/displayteblig.aspx?id=435. 01.08.2021.
14. Taşkın, F. D., Durak, M. G. ve Aktaş, M. (2013). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının İşletme Performansı Üzerindeki Etkileri: Bist Şirketleri Üzerinde Bir Uygulama. 17. Finans Sempozyumu/23-26 Ekim 2013/Muğla.
15. Ülgen, H. ve Mirze, S. K. (2007). İşletmelerde Stratejik Yönetim (4. Baskı). İstanbul: Arıkan Basım.



16.

Analysis of the Financial Performance of Microfinance Institutions

Dr. Mpanya Mpanya Jeannot*

Dr. Ali Kasta Mukendi**

Abstract

Microfinance provides a set of financial products to people excluded from the traditional or formal financial system. They generally concern the poor inhabitants of developing countries. More generally, microfinance refers to a vision of the world where "as many poor or similar households as possible can have permanent access to a range of high quality financial services adapted to their needs, including not only credit but also savings, insurance and fund transfers ". However, how best to help the poor gain access to financial services is the subject of debate between two opposing schools of thought. But within the framework of this scientific research we are going to look at the institutionalist approach or Institutional approach. This current oscillates between the fundamental and transversal requirements of microfinance: the principle of solidarity that it conveys (performance of the poor) and the profitability of the institution (financial performance). Is there a trade-off to be made between these two types of performances? Can we combine them? The objective of this contribution is to report on the progress of academic research on these questions and to show the compatibility and even the theoretical complementarity of these two requirements, to be precise we will mainly talk about financial performance. Is there a trade-off to be made between these two types of performances? Can we combine them? The objective of this contribution is to report on

***Professor, General Director of the Higher Technical Institute of Lubumbashi.**

****General Academic Secretary of Simon Kimbangu University of Lubumbashi.**

the progress of academic research on these questions and to show the compatibility and even the theoretical complementarity of these two requirements, to be precise we will mainly talk about financial performance. Is there a trade-off to be made between these two types of performances? Can we combine them? The objective of this contribution is to report on the progress of academic research on these questions and to show the compatibility and even the theoretical complementarity of these two requirements, to be precise we will mainly talk about financial performance.

Key words : Microfinance, financial performance, performance, institutionalist.

Introduction

Microfinance refers to the offering of financial products and services to poor populations, excluded from traditional financial systems. If microcredit is the most well-known dimension of microfinance, it nevertheless comprises a wide range of products and services, as essential as the current account, savings, remittances, as well as insurance. in developing countries, microfinance is seen as a means of fighting poverty. It requires the presence of two fundamental and transversal dimensions: the profitability of the institution and the principle of solidarity that it conveys. However, one problem, characterized by the "microfinance schism", is often faced by microfinance institutions (MFIs): Is there a trade-off between targeting the poorest and achieving financial viability which requires at least the pursuit of profit (financial performance)? Can we combine these two objectives?

At this stage, our research attempts to answer these questions and to show the compatibility and even the complementarity between these two requirements. in order to study this relationship, our approach can be summarized as follows: we will first present the schism in microfinance by analyzing the different contrasting points of view of schools of thought: the institutionalist approach. Then, we will study the relationship between performance and financial performance (FP) of MFIs, based on research devoted to these two dimensions. We will thus present the various theoretical hypotheses carried on the links and we will synthesize them empirically in microfinance. This synthesis finally allows us,

The Microfinance Schism

After the advent of various financial intermediaries specializing in financing for low-income people, a great challenge looms on the horizon. It is about knowing how to provide adequate services to the poor while remaining efficient and financially self-sufficient. to shed some theoretical light on this subject, we will start from a summary presentation of the microfinance schism.

Currently, microfinance practitioners estimate that 500 million of the world's poor people demand financial services while microfinance institutions (MFIs) reach only 15 to 70 million (Olszyna-Marzys, 2006). How best to help the poor gain access to financial services is therefore a question that arises. It gives rise to debates between schools of thought: the institutionalist approach.

The Poor Approach

According to this thought, “ an individual is considered poor when he is in-deca of a minimum of well-be economical. The concept of well-beingre is related that of utility which is apprehended as the satisfaction of the desire given to a person by the consumption or possession of goods and services ”. Indeed, a person is considered poor when he does not reach a minimum of reasonable satisfaction with a “thing”, that is to say a minimum of economic well-being. But, according to Asselin and Anyck (2000), it is difficult to directly observe this well-being for an individual. Therefore, this thought seeks the very poor who are generally more risky and less accessible (composed of rural people, living in isolated areas…).

This thought is essentially composed of solidarity institutions such as NGOs or cooperatives which consider microfinance to be a key means to reduce the poverty of the poorest (Hamed, 2004). However, from studies of this thought “Welfare Studies”, the effectiveness of a microfinance program can be assessed. It is integrated into a strategy for combating poverty and vulnerability and improving the well-being of poor populations (Mayoux, 1998). Qualified as “well-being”

(WelfaristApproach) by Woller, Dunford and Woodworth (1999), this type of study seeks to measure the impact of microcredit on the living conditions of the target populations, i.e. to measure the change in terms of well-being and quality of life of beneficiaries. Indeed, this thinking emphasizes the poverty level of clients and focuses on rapidly improving the living conditions of participants even with extensive recourse to subsidies. As a result, although they emphasize rationality in resource management, they do not eliminate the need for and the benefits that grants bring to MFIs, even in the long term (Olszyna- Marzys, 2006). They do not, however, refrain from having a profitable activity. This approach of this thought has however generated reimbursement rates below 50% as well as very high operating costs leading to the failure and disappearance of some MFIs although it is based on a logic of subsidies and dependence on beneficiaries. Indeed, these MFIs come up against obstacles (problem of viability and sustainability) which limit their development and their ability to contribute to the development of the people they support and to poor performance. Thus, the approach to this thought has been the subject of many criticisms because of their subjectivity, their cost and the methodological difficulties that they entail (De Briey, 2005).

The Approach of Institutionalists

Supported by international organizations such as the World Bank and the United Nations, a new approach has emerged: the Institutionalist Approach or the “financial market”.

(Woller, Dunford & Woodworth, 1999). Its protagonists believe that the unique way to reach the vast majority of the poor without access to financial services is to increase the movement of microfinance through its integration into the formal financial system.

Thus, they seek to place MFIs within a market logic by insisting on the desire to set up long-lasting microfinance systems as well as on the desire for massification of credit (De Briey, 2005). Each MFI should aim for financial sustainability by maximizing its efficiency

and productivity. Therefore, sustainability necessarily requires access to financial autonomy.

This interest in self-sufficiency emerged from recognition of the scarcity of funds. Indeed, institutionalists believe in the need for large-scale intervention that requires financial resources beyond what donors can provide. They fear the versatility of these national or international donors because an MFI that wants to be part of the long term, by becoming structurally dependent on the subsidy, would risk being a program without a future. But the only way to have the financial resources you need is to resort to private sources (savings, commercial debt, equity and risk capital).

To access it, rigorous, transparent and efficient management is required; but above all we need a profitable institution. Therefore, to achieve financial self-sufficiency, institutionalists have made great efforts to try to devise a set of "best practices". Best practices relate to practices that improve efficiency such as management systems, finance and accounting, marketing, service delivery, management, etc. The widespread adoption of "best practices" is an essential step in achieving industrial-scale financial self-sufficiency, accessing the financial market, and reaching as many poor clients as possible (Morduch,

2000). in fact, these institutionalists emphasize performance evaluation from the point of view of the institution rather than from the point of view of the clients. They consider financial autonomy as a criterion that best fulfills the social mission (Cornée, 2006 cited by HARELIMANA, JB; 2014). The measure of social impact goes through a proxy, profitability, while they judge the success through the self-sufficiency of the program (Otero and Ryhne, 1994).

Thus, this thought has not only been adopted by most of the published literature in the field of microfinance but also it can be observed today through two major trends.

On the one hand, we find the process of up grading where certain regulated MFIs are starting to emerge in countries that offer a process for regulating specialized microfinance institutions.

These MFIs are NGOs which give birth to regulated financial institutions with the status of public limited companies and which clearly follow a logic of profitability (De Briey, 2005 cited by HARELIMANA, JB; 2014). on the other hand, we find the down grading process where some traditional commercial banks which are looking for new market niches have entered the microfinance sector more recently. These banks not only have been convinced of the potential of microcredit, but they have easier access to funds and better marketing tools. They can grant credit directly to micro-entrepreneurs or take stakes in MFIs.

However, this institutionalist approach has recorded some numbers of criticism. At the level of the target population, its preferred clientele are micro-entrepreneurs very close to the poverty line, geographically concentrated, with high-yield activities and short production cycles. in addition, it charges customers high enough interest rates to ensure financial independence. But financial self-sufficiency remains unrealizable by most MFIs. in addition, this approach advocates achieving the financial and institutional viability of microfinance programs within a

period of five to twelve years (De Briey, 2005).

Although they share the vision that their activities contribute significantly to reducing poverty in developing countries, researchers from different schools, for example institutionalists, are now focusing on microfinance.at the crossroads (Table 1). The former focusing on the borrower through impact studies while the latter believing in the interest of integrating the microfinance sector into the financial markets (Cornée, 2006). Thus, this contrasting opposition between these currents of thought constitutes what Morduch (1998) called "microfinanceschism". This schism is explained mainly by the presence of a trade-off between targeting the poor and profitability. However, we do not find this differentiation of trends, presented in the literature, in the practice of microfinance in the field where MFIs try to reconcile these two visions.

Table 1: Summary table: Thoughts of researchers and institutionalists

Types	Researchers	Institutionalists
Approach	THE 'Customer view performance evaluation: -Social reach -Impact study	THE'' performance assessment from an institution point of view: -Amplitude of the institution -Sustainability and viability of MFIs
Targeted customers	Very poor	Micro-entrepreneurs very close to the poverty line
Type of institutions	Solidarity institutions	Commercial institutions
Methodology	Use of grants	Financial autonomy
Reviews	-Problem of viability and sustainability -High costs and different methods to measure impact - Bankruptcies of some MFIs (reimbursement rate less than 50%)	-Client selection problem (these MFIs do not reach the poorest of the poor) -High interest rate -Self-sufficiency is a long-term strategy
Common objective	Poverty reduction	Poverty reduction

Performance of the Poor and Financial Performance: Trade-Offs and Complementarity

The Performance of the Poor

Fighting poverty is the mission of microfinance. Analysis of the results of this research makes it possible to assess the performance of poor MFIs. Two evaluation approaches that are complementary can be adopted: an institution-centered approach through social reach and a client-centered approach through impact analysis.

The Approach Social Reach

MFIs make efforts to serve those who are consistently excluded from financial systems. Indeed, these MFIs can select and monitor their clientele's micro-projects, reduce transaction costs and resolve socio-economic and cultural obstacles. Their operation is based on social ties and proximity to beneficiaries by settling in rural areas, contacting them and offering them training sessions. in addition, they are based on group work and they meet the expectations of

poor populations by offering them small loans and regular repayments. These efforts, aimed at extending microfinance services to populations not served by financial institutions, define the social scope of "Outreach" (Lafourcade; Isern;

However, MFIs need to determine which target group they need to meet in terms of microfinance services and then whether they are reaching them.

Poverty is multidimensional in nature, comprising different aspects of the economic and social status of households. Capturing these dimensions requires both quantitative and qualitative indicators. Indeed, it is defined quantitatively as being a certain income per person per day or per year, without the disposal of assets, but it is also qualitative where it takes into account living conditions (Lelart, 2006).

It can integrate data such as food and clothing needs, availability of housing, level of education, health care, women's empowerment, degree of social integration. … For the World Bank too, the poor are those whose consumption level is less than $ 2 a day and the poorest are those whose consumption level is less than $ 1 a day. in order to measure this social impact, certain "outreach indicators" can be used in terms of extent or in terms of degree. The "scale of outreach" scope corresponds to the number of clients served and the volumes of services such as the total savings on deposit and the total outstanding portfolio (Lafourcade; Isern; Mwangi and Brown, 2005 cited by HARELIMANA, JB ; 2014).

Schreiner (2002) composes these indicators of social reach by proposing six dimensions, each of which can also support a component of social value. These six dimensions are the value of the scope "worth of outreach", the cost of the scope "cost of outreach", the extent of the scope "scope of outreach", the length of the scope "length of outreach", the degree of the "depth of outreach" staff and the width of the "breadth of outreach" staff. However, turning back to measures of the performance of the poor, they are not measured only by the percentage of their clients who are poor or by the degree of poverty of their clients. But rather, it is above all the changes that matter: are their clients less and less poor? (Lelart, 2006)

The Impact Assessment Approach

The performance of the poor can be assessed through customer impact analysis. Indeed, the question of the impact on the beneficiaries arose, essentially in the form "How much does a dollar loaned in additional income for the beneficiary?" »(The tire, 2003). Therefore, the impact is to understand how financial services affect the lives of the poor. It reflects changes in clients attributable to the action of the MFI. These changes constitute the social return on an investment provided by donors. They need to know if the financial support they provide to MFIs is achieving the goal they have set for themselves. They are concerned with assessing the results (Lelart, 2006).

At first glance, it may seem obvious to measure the impact of microcredit, but the situation is not clear enough. Some of the best-known experts in the microfinance industry have expressed doubts about this.

They are based on a few basic arguments against a more in-depth impact assessment. First,

these impact studies are expensive, especially if it is a question of evaluating this kind of analysis regularly. in addition, most impact analyzes do not meet the criteria of theoretical research (Cheston; Reed; Harper; Hill; Horn; Salib and Walen, 2005). Finally, there are methodological problems in measuring impact.

However, although they encounter these difficulties, surveys are necessary and they must be multiplied so that their results can be compared. Based on the review of the literature on this subject, we find works published in academic journals. in fact, the impact evaluation began, initially, at least at the French level with studies of the "institutional" type.

Then, econometric evaluations of the impact on the income or on the operating result of the productive activities of the beneficiaries since the 1990s appeared (Coquart, 2005). Even today, the tools for measuring the performance of the poor are still embryonic. The criteria most used to assess the impact of MFIs on beneficiary populations are the improvement of income, consumption, the creation of micro-enterprises and more generally the improvement of living conditions.

Financial Performance

To develop the microfinance sector, the emphasis has been placed more on financial performance. in order to assess this performance, a large number of indicators have appeared, and most of them have become standard, but there is no consensus on their definitions and on their ways of being calculated. They have been institutionalized in the sense that they correspond to sustainable rules accepted by the microfinance community (Copestake, 2003). However, profitability was the most important and adopted dimension to measure financial performance through different ratios. The analysis of the determinants of this profitability as well as the achievement of financial balance will be the objective of this part. in general, for an institution to be profitable over a period, its resources simply have to cover its expenses. Achieving this profitability can be considered in two ways: the first is to reduce costs, more precisely, transaction costs. The other way is to increase revenue by increasing the interest rate on loans.

Reduction of Transaction Costs

Since "a transaction" first involves identifying, then meeting and finally negotiating with the partners involved in the transaction (Howitt, 1985), it generates costs (Diamant, 1987). It is therefore important to specify the nature and origin of these costs (Julien and Sanz, 2006). Reaching poor clients who have never used formal banking services requires more time for financial institution staff and more interaction with clients, which incurs additional costs. The costs of the use of time constitute the transaction costs for the MFI which can be grouped into three main headings:

CE + PI + DAM = CT

With CT = Transaction Cost

CE = Operating expenses (personnel expenses + other administrative expenses + other operating expenses)

PI = Provisions for unpaid credit or misappropriation (the equivalent of variable costs) DAM = Depreciation Allowances (operating costs or fixed costs).The poor population is a very risky and uncertain population. This growing uncertainty will be associated with enormous transaction costs. The question that arises is: how can we reduce these costs?

Reducing transaction costs is a challenge for the MFI because it is one of the most secure and effective ways to build self-sufficient, viable and efficient institutions (Bhatt and Tang, 1998), which involves maximization of the scope of operations. to reduce these costs as much as possible, the proximity technique is generally used by lenders and very often, we limit ourselves in the literature (Williamson, 1986 and 1987; Mayoukou, 1994; Essombe, 1997; Soulama, 2002) to affirming the use of to this technique which makes it possible to reduce transaction costs.

Achieving a Financial Margin

MFIs need to be financially autonomous in order to be able to take on financial intermediation. Moreover, "financial intermediation only works if the cost of raising funds, the cost of loans and the cost of their recovery can be covered by commissions and interest income" (OECD, 1993). in other words, MFIs must achieve a financial margin (MF); it is a sufficient positive differential between the rate at which the MFI obtains funds and the rate at which it lends them so as to cover all the direct and indirect costs linked to the activity (Labie, 1996).

MF = (Interest received - Interest paid) / Productive assets

With Productive assets: financial assets that give rise to financial products such as investments, the gross amount of the loan portfolio, etc.MFIs finance their activities through grants and debt funds. These subsidies are of two types: explicit and implicit. The first type concerns direct donations received by the MFI to cover its operating costs. The second type concerns in-kind donations, donations received by the MFI at concessional rates and loans received by the MFI at lower than market interest rates. Beyond these subsidies, MFI debt funds can consist of loans from banks and other financial institutions and deposits collected. This only makes sense in a context where MFIs are regulated and viewed as financial institutions integrated into the financial system. Two types of savings exist at the MFI level:

The first aims to teach the poor to save and to follow some financial discipline by requiring small savings deposits every week and withdrawing larger amounts of loans from the poor. Thus a loan guarantee fund for the MFI will be set up. Voluntary savings presupposes that clients of working MFIs are already saving and that they need institutions and services adapted to their needs. It is a service from which these customers can withdraw funds and on which they often receive interest. For large-scale savings mobilization to be viable and be able to finance credit portfolios, MFIs must not only mobilize savings from their clients but also savings from the public and access commercial funds in the capital market and refinancing from commercial banks. This explains the existence of interest paid. in this context, credit and savings must be managed separately (Marguerite & Robinson, 1995). The interest rate paid on deposits should be considered in such a way that the difference between it and the receivables rate is positive

and sufficient to cover all costs and ensure a margin. Microcredit interest rates should therefore generally be set in such a way as to enable the provision of sustainable, long-term financial services to a very large number of clients. Unlike commercial banks,

Different measurement methods (Hulme and Mosley, 1996; CGAP, 1997; Gibbons and Meehan, 2000; Lesaffre and Pesche, 2002) place the interest rates charged by MFIs in a strong divergence and at a high level, but more and more voices (Castello, Strerns, Christen, 1991) speak out against these lending rates and the concern is about the capacity of the poor to bear such rate levels (Acclassato, 2006). Thus, increasing the interest rate is not the best strategy to achieve financial equilibrium.

This objective can be achieved by lowering it and adopting the other possibilities offered by microfinance such as efficient management of grants, reintegration of operating income into equity, good governance… (Hamed, 2004). Consequently, we must note that very few MFIs would be able to generate a sufficient differential because of the administrative and management costs involved in providing credit to micro-entrepreneurs (Labie, 1996).

The Relationship Between Poor Performance and Financial Performance: Summary of Empirical Results

Theoretical Hypotheses

The empirical literature attempts to present research results in (FP) related to (PP). Two dimensions are taken into account to formulate the different hypotheses: the sign of the relation and the direction of causality (O'Bannon and Preston, 1993). Preston and O'Bannon (1997) made a very consistent effort to formalize the various hypotheses on the possible relationships between PP and PF. They wonder if the relationship can indicate a positive, negative or even neutral connection. in the event that the existence of such a relationship is proven, it is necessary to know whether it is the PP that influences the FP, or vice versa. We can also ask ourselves if we are dealing with an interaction of these phenomena (D'arcimoles & Trébucq; 2003).

Table 2 -The different hypotheses on the possible relations between PP and PF

Causal diagram	Positive Link	Negative link
PP influences FP	H1: good management assumption	H2: arbitration hypothesis
FP influences PP	H3: assumption of available funds	H4: opportunism hypothesis
Interacting PP and FP	H5: positive synergy hypothesis	H6: negative synergy hypothesis
PP and PF do not interact	H1: good management assumption	
H8: complex links between PP and FP		

Source: Study on microfinance between poor performance and financial performance.

Given that the attention paid to PPs improves relations with the company's stakeholders, Hypothesis 1 assumes that good managerial practices are strongly correlated with good PPs. Indeed, this can be noticed when for example a better productivity at lower costs (Moskowitz, 1972) is achieved through a better human resources (HR) policy, benefits are granted by the local government for the benefits brought by the company to the community, customer loyalty

and easier recruitment of good quality employees are due to the good brand image that the company conveys. Consequently, all of these elements have consequences on FP: an additional cost in well-managed social development is then the sign of good management in general and which subsequently leads to an improvement in FP. However, in a competitive environment, this FP can be reduced by the costs of social engagement.

Hypothesis 2 considers the case where being socially responsible entails additional financial costs and, consequently, generates a competitive disadvantage (Frideman, 1962, 1970). For example, when a company invests in equipment that is not directly necessary for the continuation of its activity, its competitors may not. There is therefore no advantage in behaving in a socially responsible manner. Losses are recorded and consequently reduce the profit and the wealth of the shareholder (Cornée, 2006). in this case, a drop in the level of PF generates a higher level of PP, thus introducing the notion of arbitration. Any socially responsible initiative moves leaders away from their goal of maximizing profit. (Aupperle et al, 1985).

If we rule out the idea of the influence of PP on FP, this does not exclude the existence of an inverse relationship. We can indeed conceive that according tohypothesis 3, a good FP allows the company to have a certain leeway to invest in the social field such as, for example, an improvement of the relationship with the employees by increasing the salaries, the achievement of a great sustainability of the relations with suppliers, lower prices in favor of consumers or even better value for money offered. Thus, it is this allocation of available funds, reflected in good economic health, that makes it possible to achieve an improvement in PPs. Nevertheless,hypothesis 4 retains the possibility that financially successful companies are the least well placed in terms of PP. Indeed, it could be when executives seek to maximize their own short-term satisfaction and in particular their compensation indexed to the realized profits.

It is the behavior or the opportunistic attitude of the leaders which can explain this assumption. The possible patterns of interaction between PP and PF are shown in hypotheses 5 and 6. The combination of hypotheses 1 and 3 constituteshypothesis 5 where better FP results in improved FPs and better FPs lead to improved FPs. It is a simultaneous and interactive relationship or even a kind of virtuous circle. in this case, financial and social values are created (Waddock and Graves, 1997). Conversely, a destruction of financial and social values is the consequences ofhypothesis 6. The latter supposes that the PP is reduced by a reduction of the FP which itself degrades the PP. This is possible, for example, in particular when managers instantly want to change their wealth redistribution strategy according to changes in management methods or centers of interest in financial markets, or even the economic situation (D ‘ arcimoles and Trébucq, 2003). No relationship, whether positive or negative, exists between PP and PF if hypotheses 1 to 6 are rejected. This neutral relationship between PP and FP corresponds to hypothesis 7 (Mc Williams and Siegel, 2001 ; Gond, 2001) which completes the typology of Preston and O'Bannon (1997). to these generic hypotheses is also added an hypothesis 8 of more complex links between PP and PF (Moore, 2001). Ullman (1985) justifies such a state of affairs by the existence of measurement problems and by the complexity of the relationships envisaged. in other words, the problems of measuring PP could have masked the

existing relationship between PP and PF on the one hand and on the other hand, there are so many variables between PP and PF that there is no need to wait for relationships. Finally, we can retain that these hypotheses explain the supposed links between the PP and the FP of the company. in order to try to identify the main conceptual frameworks of these contradictory points of view, we propose a synthesis of the results of research having empirically tested these different hypotheses. the problems of measuring PP could have masked the existing relationship between PP and PF on the one hand and on the other hand, there are so many variables between PP and PF that there is no relationship to be expected. Finally, we can retain that these hypotheses explain the supposed links between the PP and the FP of the company. in order to try to identify the main conceptual frameworks of these contradictory points of view, we propose a synthesis of the results of research having empirically tested these different hypotheses. the problems of measuring PP could have masked the existing relationship between PP and PF on the one hand and on the other hand, there are so many variables between PP and PF that there is no relationship to be expected. Finally, we can retain that these hypotheses explain the supposed links between the PP and the FP of the company. in order to try to identify the main conceptual frameworks of these contradictory points of view, we propose a synthesis of the results of research having empirically tested these different hypotheses.

Empirical Research

Over the past twenty years, numerous studies on the relationship between PP and FP have been the subject of numerous publications. The various syntheses of the literature allow us to draw up an overview of existing studies (Table 3). However, these studies show contradictory results that do not allow us to validate the hypothesis of an unambiguous link between P and PF of companies (McCuire et al, 1988; Griffin and Mahon, 1997; Waddock and Graves, 1997; McWilliams and Siegel, 2000; D'arcimoles and Trébucq, 2004).

The lack of theoretical and conceptual foundations of the studies and the methodological shortcomings observed explain the weakness of the results obtained. Indeed, the lack of uniformity in the evaluation of PP and FP, the lack of validity and reliability of the studies, the often questionable statistical treatments and the insufficient consideration of the control variables make the research a comprehensive explanation of the link between PP and PF of the company, a difficult or even impossible objective to achieve.

Just as this research questions this relationship, microfinance players also regularly question the relationship between targeting the poor (PP) and the search for profitability (FP).

The link between PP and PF has been the subject of little scientific production in microfinance. in this regard, some empirical studies attempt to get out of this dilemma which is marked opposition or compatibility and even complementarity (Table 4), while other studies carried out on Asian, African and Latin American MFIs (Lapenu and Zeller , 2002) were made to test this relationship and showed that it is still unclear. The examination of the clientele of Bancosol (Bolivia) in the study by Navajas et al. (1998) confirms the false dilemma of targeting the poor (PP) and profitability (PF). About 97% of Bancosol borrowers are marginally poor (slightly above or below) the poverty line. It is difficult to follow business goals without

moving away from your initial target customers. The search for profit is the first objective of this MFI. Paxton (2002) compared in his study the clienteles of 18 MFIs, chosen at the time of the study, between 7 and 27 years of existence, located in Latin America and Africa which grant loans to the “poor” and correlated the degree of poverty to the financial viability of the institution. on the one hand, he built a synthetic indicator that measures the gap between the MFI’s clients and the average of the population on a number of characteristics such as low income, rural people, women and illiteracy. and on the other hand another indicator which is the degree of dependence on subsidies (SDI) proposed by Yaron chosen at the time of the study, between 7 and 27 years of existence, located in Latin America and Africa which grant loans to the “poor” and correlated the degree of poverty with the financial viability of the institution. on the one hand, he built a synthetic indicator that measures the gap between the MFI’s clients and the average of the population on a number of characteristics such as low income, rural people, women and illiteracy. and on the other hand another indicator which is the degree of dependence on subsidies (SDI) proposed by Yaron chosen at the time of the study, between 7 and 27 years of existence, located in Latin America and Africa which grant loans to the “poor” and correlated the degree of poverty with the financial viability of the institution. on the one hand, he built a synthetic indicator that measures the gap between the MFI’s clients and the average of the population on a number of characteristics such as low income, rural people, women and illiteracy. and on the other hand another indicator which is the degree of dependence on subsidies (SDI) proposed by Yaron

(1992). He showed that there is a good correlation between the exclusion indicator and the SDI, that is to say the higher the proportion of excluded, the more the institution has difficulties to be independent of subsidy. Otherwise, following the imperatives of financial sustainability, MFIs in most African and Latin American countries then target small business customers (who have the capacity to repay loans at high rates) and generally abandon the environment. rural. Consequently, a large majority of the population in these countries therefore remains excluded from credit (De Briey, 2005).

But according to Paxton (2002), it is possible to gradually overcome this arbitrage with time and rigor once MFIs can gradually free themselves from external support. Polanco (2005), using data from 28 MFIs in Latin America, did a multiple regression on the different factors that, according to the microfinance literature, can affect loan size. But for the Democratic Republic of Congo this microfinance system is evolving with many of the problems that characterize this very poor population.

In conclusion of this regression, more precisely, the sign of the coefficient for sustainability (ROA) confirms an old belief in microfinance: there is a trade-off between profitability and social reach. Cull, Demirquc-kunt and Morduch, (2006) use in their study data on 124 MFIs, in 49 countries (Asia, Africa, MENA), to exploit models of profitability, loan repayment, and cost reduction that were applied to three types of institutions: individual lenders, solidarity group lenders, village banks. Regarding the trade-off between social impact and profitability, the results obtained on the largest and older establishments (“microbanks”) are in line with the

idea: "when establishments mature and develop, they could focus more and more on their old clients by giving them big loans ". They stress the need to better understand the functions of contracts using detailed micro data. in fact, to serve a large number of clients in the poverty segments they target, the MFI must ensure a high degree of sustainability that allows it to access the financing they need, and this in the long term (Ryne, 2003). Financial viability is not an end in itself but an unavoidable constraint if we want to maintain credit service over time. Thus, although a trade-off between social reach (SP) and financial self-sufficiency (FP) probably exists but it is possible to achieve both simultaneously (Furman and Paxton; 1998). The study by Woller and Schreiner (2002) confirms this simultaneity. Indeed, to understand the relationship between financial self-sufficiency and degree of reach, this study examines the determinants of financial self-sufficiency of 13 village banks.over a period on the one hand, it uses indicators that are readily available or reasonable to collect to express six aspects of Schreiner's social reach, with multiple dimensions. The results of this study suggest that both social and financial aspects can be jointly achieved, exceptionally by adopting appropriate strategies: charging a real high rate of interest, making productive use of loan officers, paying appropriate salaries, and reduce administrative costs (high administrative efficiency).

Based on a sample of 45 MFIs studied, Luzzi and Weber (2006) apply factor analyzes to PP and FPover a period of time. The performance of MFIs can be assessed in a multidimensional context. They created a synthetic index for each of two dimensions (social and financial), then calculated the scores of MFIs foreach index and used the obtained values as dependent variables of the regression and finally, they estimated several equations of "outreach" and "sustainability" simultaneously. Although there is a difficulty in choosing variables to define synthetic indices measuring PP and FP, they provide new empirical and methodological points of view on arbitrage. They find that several MFIs that were initially created with the objective of helping the poorest must be profitable.

Thus, the two dimensions are linked: MFIs can perform well on both dimensions at the same time. Gutiérrez-Nieto et al (2005) also shows that there is not necessarily a trade-off between targeting the poor (PP) and FP. They use management tools to try to validate the complementarity between these two dimensions by applying the performance evaluation method known by the acronym DEA10 to 30 MFIs in Latin America. Their results show that there is a "country" effect and an "NGO" effect (MFI status) on efficiency. Cornée (2006) also applied the same method to 18 Peruvian MFIs but with differences in the selection of inputs and outputs.

To explain the convergence between the PP and the FP, she mentioned some avenues such as the optimal critical size of the MFI, the low transaction costs thanks to a high level of confidence for example ...

It also confirms the "NGO" effect found by Gutiérrez-Nieto et al (2005) despite a different specification of the model.

To show the relationship between financial performance and social performance, HARELIMANA, JB; (2014) made an analysis of the situation of these performances (2008-

2012) on a sample of 26 MFIs in Rwanda. The results of this analysis underline that these MFIs in Rwanda of the Cooperative of Savings and Credit (COOPEC) and Limited Company (SA) type are socially efficient, while those of the Limited Company type are also financially efficient. The determining factors of these twoPerformance varies in particular according to the status, maturity, loan methodology (solidarity vs. individual), the area of intervention (rural and urban) and the level of information transparency.

The results of multiple linear regression show that there is a relationship between financial performance and poor performance and that subsequently the financial performance variables do not significantly influence the poor performance variables and vice versa.

This was the result of a study based on financial analysis by the MICROFACT tool over the period from 2008 to 2012, by the Social Performance Indicarors (SPI) tool and by a statistical estimate of linear regression examining causality unambiguous and interactive between poor performance and financial performance.

Finally, these different results found in these empirical studies in some MFIs give an idea of the institutionalist approach by finding on the one hand MFIs performing socially and on the other hand MFIs performing financially and they provide a possible explanation of the determinants of the convergence between the social and financial dimensions.

Conclusion

Microfinance is now at the crossroads between an institutionalist vision. This approach places PP and FP in opposition. The study of these two types of performance, separately, allows us to analyze the objectives that the MFI wants to achieve while relying on the results of empirical studies made in this context.

Two evaluation approaches that are complementary can be adopted to analyze the MFI's PP: an institution-centered approach through social outreach and a client-centered approach through impact analysis. However, CP cannot be reduced to targeting the poor and impact analysis and its analytical framework needs to be broadened. Thus, the problems of measuring PP still arise.

The performance of the MFI is assessed not only at the level of their clients but also at the level of itself. Emphasis was placed more on FP to develop the microfinance sector. Given that profitability is generally measured by results, and more precisely by the profits generated by the activity of MFIs, the analysis of the determinants of this profitability allows us to note that the reduction of transaction costs is difficult and it is naturally necessary to increase the interest rate. However, this last solution is far from being the best strategy because it can harm the MFI when it starts up and lead to its demise. Thus, recourse to subsidies at the start of the activity of the MFI is necessary because the financial balance and a long-term strategy.

However, the PP that the MFI is targeting would be of no use if it is not financially efficient at the risk of going bankrupt. to ensure the sustainability of the MFI, it is therefore necessary to have complementarity between the PP and the FP. The synthesis of different empirical studies makes it possible to provide a possible explanation of the convergence between the social

and financial dimensions. Indeed, the main factors which contribute to the determination of this convergence are: the geographical location, the status, the loan technique (individual or collective), the subsidies and the personnel. However, these studies are open to criticism because in order for an MFI's performance to be well qualified on both social and financial dimensions, information is needed on a sample of comparable MFIs, positioned in the same way on the PP-PF continuum as well as on the differences relating to the composition of their products and their production functions. in addition, it makes more sense to compare the performance of MFIs in the same country than between MFIs in different countries, given the wide disparities in legal frameworks, political regimes and levels of competition in national markets. For DR.CONGO, this study will help microfinance institutions to adopt an adequate policy for their growth. political regimes and levels of competition in national markets. For DR.CONGO, this study will help microfinance institutions to adopt an adequate policy for their growth. political regimes and levels of competition in national markets. For DR.CONGO, this study will help microfinance institutions to adopt an adequate policy for their growth.

References

1. Acclassato D. (2006); "Effective interest rate, financial viability and poverty reduction by microfinance institutions in Benin", research document-Orléans Economics Laboratory - UMR CNRS 6221.
2. Adams Dale W, Von Pischke Jd (1992); "MicroenterpriseCredit Programs: Deja Vu", World Development, vol 20, n ° 10, pp. 1463-1470. CGAP (1998); "Savings mobilization strategies: lessons learned from the experience of 4 institutions",
3. CGAP (2003); "The impact of microfinance", Note on microfinance, n ° 13
4. CGAP (2010): "Reasoned explanation of interest rates used for microcredit".
5. CGAP (2007); "Financial sustainability, targeting the poorest and impact on income: what compromises for microfinance institutions? ",
6. Coleman Brett E (2006); "Microfinance in NortheastThailand: Who Benefits and How Much?" Economic and Research Department, PaperSeries No.9, Asian Development Bank.
7. Conning M. (1999): "Outreach, sustainability and leverage in monitored and peer-monitoredlending", Journal of Development Economics, vol 60
8. Cheston S., Reed L., Harper V., Hill L., Horn N., Salib S., Walen M. (2005); "How to Measure Transformation: Evaluating and Improving the Impact of Microcredit", Meeting of Microcredit Summit Assemblies, June 24-26.
9. Cull R, Demirguc-Kunt A, Morduch J. (2006); "Financial performance and outreach: a global analysis of leadingmicrobanks", Policy Research Working Paper, WPS3827.
10. De Briey V. (2005), "Spotlight on microfinance in 2005", Regards Economiques, n ° 28, Mars, pp. 1-14.
11. Gubet, Roubaud (2005): "Analyzing the impact of a microfinance project: the example of AdéFI in Madagascar", University development agency, DIAL working paper, n ° 19.
12. Guerin I. (1999): "Microfinance in southern countries: what compatibility between solidarity and sustainability? ",
13. Financial economics journal, pp145-163.
14. Hamed Y. (2004); "Microcredit and microenterprise financing in the Maghreb", Doctoral thesis, Economics, University Paris 2.
15. Harelimana, JB (2014) "Analysis of the financial and social performance of MFIs in Rwanda; These doctoral studies, Cheik Anta Diop University of Dakar.
16. Khawari A. (2004): "Microfinance: Doesholdits promises? Asurvey of recentliterature, Hwwa Discussio paper Hamburg Institue of International Economics.

17. Lapenu C., Zeller M., Greeley M., Chao-Beroff R., Verhagen K. (2004): "Social performance: a raison d'être for microfinance institutions and yet still little measured. Some leads ", Worlds in development, vol 32, n ° 126.
18. Luzzi Ferro G., Weber S. (2006): "Measuring the performance of microfinance institutions", Microfinance and public policy, pp 153-169.
19. Margolis JD, Walsh James P. (2001); People andprofits? Th search for a linkbetween a company's social and financial performance "Lawrence Erlbaum Associates, Publishers Mahwah- New Jersey, London. Marguerite S.
20. Robinson (2001); "The Microfinance Revolution: Sutainable Finance for the Poor", World Bank. Marguerite S. Robinson (1995).
21. "Introducing Savings Mobilization in Microfinance Programs: When and
22. How? ", Microfinance Network, Cavite, Philippines, and HIID, USA. Mcwilliams
23. A., Siegel D. (2000); "Corporate social responsibility and financial performance: correlations or misspecification?" Strategic Management Journal, vol 21, pp 603-609. Montalieu T. (2002); "Microcredit institutions: between promises and doubts Some banking practices for what effects? », Worlds in development, n ° 119. March.
24. Morduch J. (1999): "the role of subsidies in microfinance: evidencefrom the Grameen Bank", Journal of Development Economics. Morduch J. (1999); "The microfinance promise", Journal of Economic Literature, vol XXXII, pp 1569-1614.
25. Morduch J. (2000); The microfinance schism ", Worl Development, vol 28, n ° 4, pp 617-629.
26. Navajas S., Schreıner M., Meyer RC, Gozalez-Vega C. ET.
27. Rodriguez-Meza J. (2000); "Microcredit and the Poorest of the Poor: Theory and Evidencefrom Bolivia", World Development, vol 28, n ° 2, pp 333-346.
28. Olivares-Polanco F. (2005): "Commercializingmicrofinance and Deepingoutreach? Empirical Evidence from Latin America ", Journal of microfinance, vol7, n ° 2.
29. Olszyna-Marzys R. (2006): "Microfinance institutions: profitabilityat the service of outreach? A study of the microfinanceindustry in the ECA region ", College of Europe Bruges campus, European economic studies department.
30. Paxton J. (2002): "Depth of outreach and its relation to the sustainability of microfinance institutions", Savings and Development, Giordano Dell'AmoreFoundation, vol 26, n ° 1.
31. Pitt M., Khandker S. (2011), "The impact of Group-BasedCredit Programs on Poor Households in Bangladesh: Does the Gender of Participants Matter?", Journal of PoliticalEconomy, vol. 106, pp. 958-977. Preston LE
32. O'Bannon DP (1997); "The corporate social-financial performance relationship: A typology and analysis", Business & Society, Vol 36, N ° 4, December.
33. Soulama S. (2005); "Microfinance, poverty and development", Agence Universitaire de la Francophonie, Contemporary Archives (Paris) Trébucq S.
34. C.-H. D'Arcimoles (2004), Study of the influence of societal performance on the financial performance and risk of listed French companies (1995-2002), La Semaine Sociale, n ° 1186, October, pp108-117.
35. Waddock SA, Graves Samuel B. (1997); "The corporate Social Performance-Financial Performance Link", Academy of management Review, vol 10, n ° 4, pp 303-319.
36. Woller G. & Schreiner M. (2002); "Povertylending, Financial self-sufficiency and the six aspects of outreach", the povertylendingworking group of the smallenterprise and education promotion network,
37. http://www.ids.ac.uk/impact/Publications/ProgrammeReports/Microfinance_&_Poverty_ Seminar / GaryWoller_ poorest.



17.

Credit Risk Management and its Impact on Financial Performance in Commercial Banks

Dr. Mpanya Mpanya Jeannot*

Dr. Ali Kasta Mukendi**

Abstract

Like all businesses, a bank runs several risks in order to ensure its survival. Its profitability depends, among other things, on the management of the risk incurred by its income-generating activities. in view of the financial crises observed in recent decades, mismanagement of credit risk can have a negative impact on a country's financial system, on its economy. in order to present "Credit risk management and its impact on financial performance in commercial banks", this work is based on prudential standards (provided by international authorities for the risk management of a bank) as well as data published in the annual reports of a local bank. We are going to do a critical analysis of certain ratios.

Keywords: Financial Performance, Credit Risk Management, Commercial Banks

General Introduction

Credit risk is a central issue for banks and financial markets, as soon as a creditor grants a loan to a debtor, he runs the risk that the latter will not honor his debt service commitments. This is particularly the case of financial creditors (banks, financial institutions, investors) for their loans to companies which prove to be sensitive to the start of payment and / or to

---

***Professor, General Director of the Higher Technical Institute of Lubumbashi.**

****General Academic Secretary of Simon Kimbangu University of Lubumbashi.**

the bankruptcy of their counterparties. to make decisions rationally, lenders must accurately measure borrowers' credit risk, both before granting them credit (to set the conditions: amount, maturity, rate and suitability) and throughout life. of it. These institutions express a functional need: that of an analysis of the individual risk of each of their clients. Also needing to "manage their balance sheet", they must also analyze the overall risk of their loan portfolio.

This is all the more the case now that prudential regulations (Basel II then III) impose strict constraints on them in the management of their risks and their own funds. This concern concerns all financial creditors, in the broad sense: financial institutions and investors in the debt market.

The credit market is the world's largest financial market, much larger than the equity market. It includes all direct credits (granted by banks and investors, traditional mandatory markets) and counterparty risk exposures generated by transactions in derivative products.

Classically, credit risk corresponds to a situation where the debtor is unable to honor its commitments. It is also possible to consider an intermediate case where the financial situation of the borrower deteriorates (increasing the probability of a cash flow crisis), or even when the value of the company falls sharply. The concept must be clarified and detailed.

In our reflection, the questions that will constitute the foundation of our study that we propose to erect are as follows:

What is the impact of this management on its financial performance?

Does Rawbank comply with prudential standards in managing credit risk?

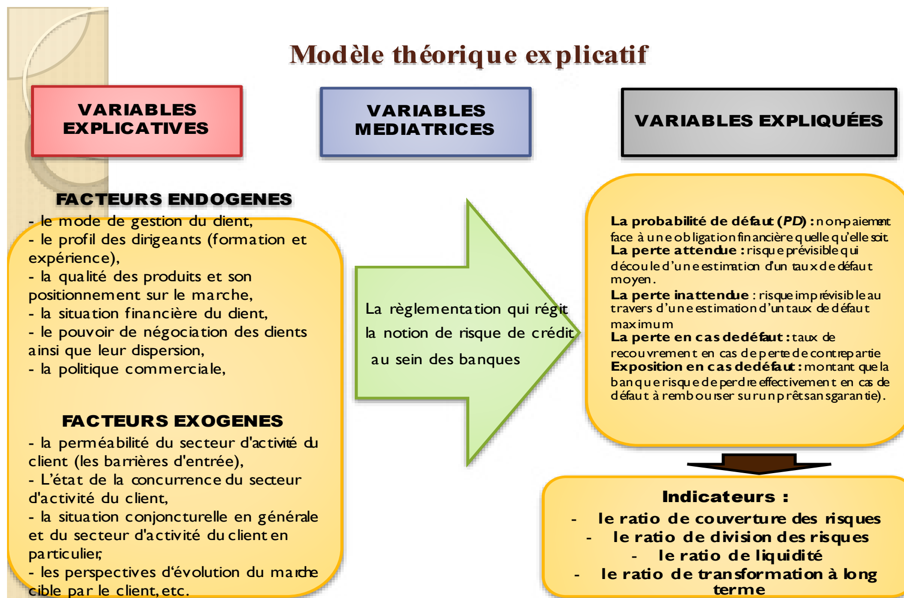
The Congolese banking sector has undergone major changes in recent years. The crises and wars that have destabilized the country give way to new eras, the State is now talking about economic growth and stability of the macroeconomic environment.

The effects of this growth are being felt in the banking sector as we are seeing an increase in banks and agencies in certain cities. It seems that the monetary policy of this day has worked well and that the banks are making good profits despite the competition which seems to be increasingly tough.

Despite being shaken by regular changes in their management, these establishments would have succeeded in reassuring the Congolese in financing capacity on the security of their funds and in granting more credit because they were reassured by the sources of their clients' salaries.

Explanatory theoretical models

All scientific research must in principle lead to a modeling of what it has taken as an object of study. Modeling means building a language to talk about reality that we do not know (M'bayo 2014) the theoretical model of this hypothesis involves the following variables.



Literature Review

The management science literature presents theoretical and empirical studies as well as the approaches used to understand the research question, which concerning those (factors) of credit risk management.

Guillaume J. and Kpoder (2008) support the idea that in the south (developing countries), a development of the banking system in the form of an increase in the number of banks, competition between them has little effect. beneficial to economic growth. Given that in the first place, an absence of adequate banking regulation and supervision in the south leads banks to invest less in information and the latter lead to the granting of riskier credits which in a macroeconomic context unstable manage to show moral hazard behavior by multiplying their loans at excessively high interest rates, imagining that the monetary authority would bail them out.

Theoretical and Empirical Studies

In a scientific work, a theoretical and empirical study consists of reading the previous works on the topic addressed in order to present the thoughts of their authors and to appreciate the difficulties they encountered and the means they used to overcome them. in order to grasp the originality of their contribution and to identify the gaps in their research or to use the results acquired so that the research to be carried out is better done and useful. (Rangère, 1971).

Here is in a succinct way how the opinions of some authors spread:

Romain Sublet (2016), discusses the management of bank credit risk on professional and private portfolios with the objective of analyzing financial statements and to shed light on the reality of a company based on quantified and standardized data such as the package in

France. This study is therefore carried out on the basis of information concerning the past of the company.

However, it must provide an exchange on the future of the company by detecting current imbalances that could lead to major future difficulties. For the banker, the financial diagnosis of the company constitutes an essential basis for carrying out the analyzes. All the information collected will be processed, to verify the sustainability of the company and anticipate a possible default of payment.

Bernard Keizer (1993), tackles the study on risk management in banks with the objective of identifying the main risks taken by banks linked both to their activities with their customers or on the financial markets, and to their own organization then to review prudential ratios and regulations and finally to show the way in which banks manage their risk and the tools at their disposal. It retains the following risks: counterparty risk, signature risk, country risk, market risk, exchange rate risk, liquidity risk and finally organizational risk. So what would these main risks that banks take depend on?

Eric Lamarque (2008), thinks that the financial risks fall under three concerns namely: the counterpart, the illiquidity and the price. The author asserts that the counterparty risk, also called signature risk, is undoubtedly the most important; because it arises from the default of a counterparty on which a receivable is held or an off-balance sheet commitment similar to a receivable. to the question of knowing the few reasons which could elucidate the non-return of loaned funds, De Servigny et al. (2006) say that the non-repayment of the amount borrowed can come from several causes: the case of a borrower who may be unable to repay his debts because of the high interest rate, short maturity and over-indebtedness. Likewise, a client company may find itself in a state of insolvency following the devaluation of its assets. Lenders are therefore concerned with assessing the quantity of the borrower's pledge. in other words, its probability of failure.

Patrick B. (2015), directs his work in an analysis of the causes of non-repayment by studying different sectors of activity to which the TMB grants credit and to see which sector that causes repayment problems in order to allow the bank to limit the risk due by effective mechanisms.

Many authors have also touched on the notion of repayment performance, such as:

Muhaya (2009), in his research talks about the performance of repayment in the decentralized financial system shows that; the activity carried out by the borrower, the distance between the institution and the borrower's home, the types of collateral, the frequency of visits, the amount obtained, the experience already carried out and the borrower's savings cause an increase in the loan repayment rate.

Holonkou and Alli (2001), who conducted a study in Benin relating to the reimbursement performance of clients. Their results show that loan repayment varies depending on the institution (banking or non-banking). They are convinced that it is above all the conditions surrounding the establishment of credit and its management by both borrowers and technical staff that cause delinquencies.They note that the default rate is due to various causes including:

lack of monitoring of financial projects, insufficient amount of credit to finance the project, misappropriation of credits for consumption.

From the above, Frédéric M. (2010) thinks that the repayment performance depends on the good management applied by the lending bank. It hammers hard on the monitoring and enforcement of protective covenants because once the loan is granted, the borrower is incentivized to engage in riskier activities. This results in a lower probability of repayment of the loan. to reduce this moral hazard, FIs adopt a principle of credit risk management according to which the lender must include protective provisions (restrictive covenants or covenants) in the loan agreement to prevent the borrower from engaging in risky activities. By monitoring the borrower's activities to verify that they are respecting the protective covenants and by executing them when they are not respected. The lender ensures that the borrower does not take the risk of overspending the need for banks and other FIs to implement borrower screening and monitoring explains why they spend a lot of money on borrower activities audit and information gathering.

Marie D. (2010), thinks that the FI makes it possible to limit the problems of incompatibility of maturity between on the one hand, the lenders who have a preference for the CT and the liquidity which is an aversion by uncertainty and on the other hand, borrowers who have investment projects at more LT. Using the deposits, it finances LT projects of borrowers.

These activities are therefore the traditional activities of FIs: collecting deposits and granting loans. It distinguishes retail banks from so-called wholesale banks. Marie D. thinks that some retail banks have mainly a specific clientele, whether they are household or business. Their activity is therefore focused on account management, the supply of loans and savings products. on the other hand, so-called wholesale banks, on the other hand, carry out large-scale financial transactions for their own account or for large business customers or wealthy individuals. They therefore have more diversified professions but also more risky.

Knight (1921) proposed a distinction that differentiates between risk and uncertainty. He thinks that a risk can be assigned mathematical probabilities, but not an uncertainty. Risk is therefore an important concept.

Particularly in the fields of industry, the environment (industrial risks, major risks), finance, health law and of course insurance. Along with decision-making, risk management consists of risk assessment as well as the establishment of a monitoring and systematic data collection system to trigger alerts.

Methodology

To properly conduct our investigations, we used the analytical method, which allowed us to analyze the financial statements in detail while determining the financial performance indicators of the various commercial banks, the comparative method enabled us to compare the different indicators of commercial banks and the documentary technique allowed us to collect documents relating to our subject. And the interview one helped us to get in touch with the various managers of the commercial banks. Based on the observation of an institution

to deduce a general fact, we will say that we use the inductive method to achieve our goal. Therefore, we proceed by a qualitative approach,

The qualitative methods present very varied approaches, united by a common characteristic: the low recourse to the quantification of the phenomenon. The accounts of individuals are most often used as a basis for research by allowing it to reconcile the complexity of the conceptions, the detail and the context of the problem studied.

Overview of the Congolese Banking System

Our country has gone through disastrous trials following the scant marked civil unrest, dizzying inflation and economic crises. After passing these stages, reforms were planned in various economic sectors including the financial one. They have enabled the government and the central bank to make progress by strengthening the legal framework of the financial system, improving monetary management, cleaning up the banking sector and restructuring the central bank. (Bahati, 2012) Banking activity has been concentrated on the relatively minor sector of the state, businesses and certain individuals.

The Congolese banking system is made up of: the central bank as the issuing institution, and all the establishments constituting the second-tier banks. As underlined previously, the DRC is made up of a set of commercial banks, the other types of banks have either disappeared or are still in the process of being integrated.

The Central Bank of Congo (BCC) was created by ordinance law of February 23, 1961 but did not come into operation until June 22, 1964. Decree-law n ° 005/2002 of May 7, 2002 relating to the constitution, to the organization and financing of the BCC recognizes, in its article 1, its independence in the development and implementation of monetary policy aimed at stabilizing the general level of prices (Bahati, 2012) .

It is installed (BCC) in Kinshasa, on Boulevard Colonel TSHATSHI n ° 563, BP 2697, in the commune of Gombe; it is headed by the "Governor of the central bank".

The governor of the BCC (currently DEOGRATIAS MUTOMBO), in an authorization called "deed of approval" promulgates the list of banks and sets the conditions required for the exercise of banking activity. The status of "Bank" is requested in writing from the BCC which provides its printed matter (financial statement sheet, liquidation sheet, etc.) to all banks across the country.

It has its offices located across the different provinces, it is made up of several directorates among which we can cite that of:

Credit and Financial Markets;

Currency hotel

Treasury ;

Current Accounts in National Currency and Public Funds;

Supervision of Financial Intermediaries;

Foreign Services;

Human ressources ;

Accounting and Budgetary Control;

General administration;

The Studies Department;

IT and Operational Research

In view of our subject, our attention is more drawn to the "Department of Credit and Financial Markets" which is responsible for initiating studies on the monetary policy of the bank in matters of credit, designing the texts relating to the wording of this policy and to ensure their application by banking and non-banking Financial Intermediaries, micro-finance structures as well as savings and credit cooperatives.

Banks and other credit institutions affiliated with the central are called "participants". These are subject to regulations and receive a certain number of instructions for their operation. Example of instructions n ° 14 and 17 which deals with prudential standards that banks must comply with. Article 17 sets out the organs of the Central Bank of Congo, which are: the Council of the Bank; - the Governor; the Board of Auditors.

a) Main Purpose of the Central Bank

The Central Bank of Congo (BCC) is an institution of public law, endowed with legal personality, it is governed by the provisions of law n ° 005/2002 of May 07, 2002 relating to the constitution and functioning of the central bank. of the Congo.

Its capital is wholly owned by the Congolese State, a law sets the height of the capital as well as the terms of its increase or decrease. It oversees the country's banking and monetary system. This aims to define and implement the country's monetary policy, the purpose of which is to ensure the stability of the general price level. She is independent in carrying out this charge. From this, it must ensure the variation of the prices of goods and services in the market.

The commercial banks registered by the BCC in 2013 are as follows:

Table n ° 1: List of banks

✓ Sofı Bank
✓ Ecobank Rdc Sarl
✓ Invest Bank Congo
✓ Fırst Internatıonal Bank
✓ Advans Bank
✓ Mınıng Bank Of Congo
✓ Bank Of Afrıca
✓ Bgfı Bank
✓ Commercıal Bank Of Congo
✓ International Bank Of Africa In Congo

✓ Cıtı Bank
✓ Stanbıc Bank Congo
✓ Congolese Bank
✓ Internatıonal Bank Of Credıt
✓ Rawbank
✓ Procredıt Bank
✓ Afrıland Fırst Bank
✓ Trust Merchant Bank
Source: Rawbank Lubumbashi

Some Functions of the Central Bank of Congo

Without prejudice to the main objective of stability of the general price level, the BCC, accomplishes all the missions of a Central Bank, in particular (Kivatsi, 2010):

Issuing Institute: The Central Bank is the only one authorized, on the national territory, to issue banknotes and coins having legal tender, denominated in the monetary unit of the DRC, the Congolese Franc or in its subunits. It ensures the internal and external stability of the national currency.

Banque des Banques: The BCC controls the banking system and the distribution of credit by banking and non-banking financial institutions.

State Cashier: The BCC accepts and makes payments on behalf of the State. For this purpose, it may designate the credit institutions authorized to act in its name and on behalf of the localities where it is not represented. Serves the public debt, administers any special state account, in agreement with the ministry concerned.

State adviser: in his capacity as adviser to the government in economic, monetary and financial matters; the BCC may, on its own initiative or at the request of the government, issue opinions or advice on any policy or measure that the government intends to take.

Manager of the Official Gold and Currency Reserves of the Republic: The Central Bank holds and manages the gold and currency reserves of the Democratic Republic of Congo (journal article 6 paragraph 2).

System Organization

Supervision of the banking system is organized around the following bodies (Bahati, 2012):

The Banking Settlement Committee: supervised by the Ministry of Finance which chairs it and coordinated by the Governor of the BCC. It is responsible for the general rules applicable to credit institutions, in particular the amount of capital, transactions with customers, liquidity and solvency rules, etc.

The banking commission which controls the financial situation of banking institutions. It is invested with the disciplinary power allowing it to sanction.

The National Credit Council which is an advisory body allowing the BCC and the government to guide monetary and credit policy at the national level.

The control of the banking system is done mainly by regulating the issuance of money and the distribution of credit; as well as the resources and uses of the bank. The latter allows banks to refinance themselves with other banks with excess resources.

To provide the service of financing the economy, through credit and means of payment, banks finance themselves on the money market and from the central bank. Indeed, it is not the deposits which make the credits, but the opposite. Because money is first created by central banks in the form of credits, so that it can be distributed. Banks are thus the intermediary between the central bank, which creates money, and the economy, which uses this money for its proper functioning..

It participates in interbank activities through the clearing house which is a unit allowing all participants to exchange their proof of activities. Commercial banks are sometimes subject to several obligations (regulations) which are not always easy to apply.

However, there is a point of disagreement between the commercial banks and the central one, the gap between the lending rate and the lending rate of commercial banks is high. For example, when the lending rate equaled 3%, the lending rate of commercial banks went up to 24%. As the reason for this discrepancy, commercial banks note the charges due to the risks incurred as a point. Inspections of commercial banks in the face of regulations are carried out, it happens that these rules are not always respected to the letter, it sometimes costs banks large penalties.

It is clear that the management of this system can be difficult and cause malfunctions in the event of an error. in reaction to this, the establishment of prudential standards began in the 1980s under the impetus of supranational authorities, including the Basel Committee. This system sets constraints on credit institutions in order to ensure their solvency and liquidity and enable them to know and manage the risks they assume. The definitions of these rules are given here to account for the constraints they impose on balance sheet management. All countries in the world and their financial institutions must meet these standards. Prudential standards

By its very nature, banking is one where risks are permanent. The supervisory authorities have precisely defined the banking risks that must be monitored, quantified and covered by sufficient own funds. The risks generally cover all the factors that contribute to the downward deviation of banking results. The supervisory authorities have retained the potential nature of loss in their definition of banking risk, which includes three aspects: market risk, credit risk, and operational risks.

These are the Basel agreements, which today constitute the benchmark in terms of prudential risk management (Important regulatory system, banking architecture and overview). The country's supervisory authority therefore monopolizes standards. international, makes them malleable and makes them available to the various banks. Here are some prudential standards with reference to Basel published by the BCC:

Table 2: "Organization of risk management"

AXES	CONTENTS
Minimum requirement equity	Mc Donough ratio = Equity / (credit risk + risk Operational + market risks)> = 8%. The novelty is to integrate operational risks and to approach the credit risk measurement. Credit risk : the risk is weighted (from 0% to 150%) in depending on the nature of the consideration. Market risk : after having measured the commitments of the bank, we apply a weighting between 0 and 8% depending on the nature of the market risk (interest rate risk, risk on equity and equity derivatives, currency risk). Operational risk : this is the risk of loss linked to malfunctions of processes or events exterior. Income from different areas of activity of a bank will be the subject of a weighting which materializes the level of operational risk specific to this activity (e.g. example the settlement and payment activity is weighted for 18%).
Monitoring process Prudential	Regulatory authorities may decide to set ratios prudential rules more restrictive to certain players Control of procedures Analysis and measurement of institutions' risk by regulatory authorities
Market discipline	Strengthen communication and transparency: banks must make public a certain amount of information on the risk management and their capital structure.

Source: The author, 2014

Table 3: "Main prudential ratios according to international standards"

INDICATORS	STANDARDS
Basic solvency	> 7%
General solvency	> 10%
Overall liquidity ratio	> 100%
Transformation coefficient	> 80%
Coefficient of coverage	> 100%

Source: The author, 2014

These prudential ratios indicate that it is not enough to have a credit institution authorization, or to sign a credit agreement with a customer for the transaction to be considered regular. It is expressed in terms of the ratio and must therefore be respected to the letter, respectively greater than 7% for basic solvency, 10% general solvency, 100% overall liquidity, 80% of the transformation coefficient and 100% of the coefficient of blanket.

"Explanation" :

For a company, the balance sheet is presented in such a way that Total Assets = Total Liabilities. Equity is the set of resources "running the risk" of the company, that is to say those which will in principle be reimbursed only with the liquidation of the company (equity), or those which should only be repaid very long term (quasi-equity).

Net assets = Fixed assets + Current and financial assets - all debts

The solvency of a company, whatever it is, is its ability to repay all of its commitments in the event of total liquidation. It therefore depends on the quality of its assets, and more particularly on the ease with which they can be liquidated, and on the amount of its commitments (debts). Like Active = Passive; Equity + Debts = Fixed assets + Current and financial assets; Equity = Net assets.

For a bank, debts are essentially made up of sight deposits. Financial assets are made up of loans granted. The solvency of a bank is therefore its ability to cope with withdrawal requests from its depositors. to be able to distribute more credit, the bank must either collect more deposits, at the risk of not being able to repay them, or strengthen its equity capital.

However, a company is more secure if part of its current assets are not financed by resources which will expire within the year. Assets are always random and therefore risky (in particular when they are essentially made up of receivables like for banks!), Whereas debts are inevitable! This is why part of the assets must be financed not by debts but by capital.

If a bank is forced to increase its equity, it has more to lose in the event of bankruptcy and will therefore tend to adopt less risky activities. Equity is therefore the guarantor of the bank's solvency in the face of the losses that the risks taken on the asset side are likely to generate.

The Basel Accords offer each institution the choice between three methods to assess credit risk (Bahati, 2012):

The Standardized Approach

It has an estimate of the risk of debt security issued by a company. It assesses the possibility of payment of interest and repayment of the principal of the debts. The main rating agencies are Moody's, Standard and Poor's, Dull & Phillip and Fitch. These ratings provide rapid information making it possible to assess the degree of risk for the credit to be granted.

For Standard & Poor's, a credit rated: AAA means an extremely high capacity to repay up to C, which indicates a very high risk debt. This rating is not constant; it changes over time, which means that a company rated AA can evolve favorably (reach AAA) or regress in the rating (BBB). But at a given moment, it serves to locate the company in its environment. Interest rates should be higher the lower the ratings.

The Basel Committee therefore defines several categories of exposure to credit risk, with a weighting for each category to be applied to the outstanding loan. This weighting ranges from 0% for sovereign states, which amounts to saying that claims on sovereign states are considered to be risk-free, to 150% for the least rated counterparties. The weightings to be applied depend on the ratings assigned to the counterparty by the rating agencies.

Figure 1: notation

Catégorie de contrepartie	Notation					
	AAA à AA-	A+ à A-	BBB+ à BBB-	BB+ à B-	moins de B-	Non noté
Etats, organismes supra-nationaux	0%	20%	50%	100%	150%	100%
Banques	20%	50%	100%	100%	150%	100%
Sociétés	20%	50%	100%	100%	150%	100%
Détail: Immobilier						40%
Détail: Autres						75%

Source: Quantitative Impact Study n ° 3: October 2002

The Internal Rating Approach

It is based on the assessment of their credit risk by the banks themselves. It is based on the calculation of weights, subject to validity and approval by supervisors; as well as minimum quality requirements to be met by banks wishing to have their systems validated.

To calculate the weightings, the bank must calculate 5 risk assessment parameters: the probability of default (PD), loss given default (LGD), exposure at the time of default (EAD), recovery (TR) and maturity (M).

The variables defined make it possible to quantify the average loss over a commitment and over a given horizon. in the event of default, the loss observed would be equal to default less recovery, ie: Loss in the event of default = ECD x (1-TR) = ECD x PCD;

The average expected loss = ECD x PCD x PD; this only makes sense if it is calculated on the entire portfolio and will never be calculated on an individual line.

This Approach Has Two Variations

The simple NI approach: the bank itself estimates the default of its debtors and uses the values provided by the supervisory authority for the other risk calculation parameters.

The complex NI approach: the five parameters are evaluated by the bank itself.

The economic literature brings together external and other internal factors influencing the profitability of the bank, among the internal factors we find bank loans and losses on operating loans which represent the operation of granting credit, were in general management factors.

According to the study by Koffi Jean-Marie 3 main elements can be identified which demonstrate the impact of credit on bank profitability:

the weight of provisions in the results : The increase in risks is explained by the allocations

to provisions made by the bank following any activity of granting credit, this increase in provisions affects the results of banks, in economic terms, the constitution of provisions can be analyzed as a charge insofar as the allocations to provisions are charged to the results generated by credit institutions, in other words the recognition of the risk makes the relationship between credit and profitability inverse, i.e. the more the credit the more profitability decreases, in this case credit has a negative impact on bank profitability.

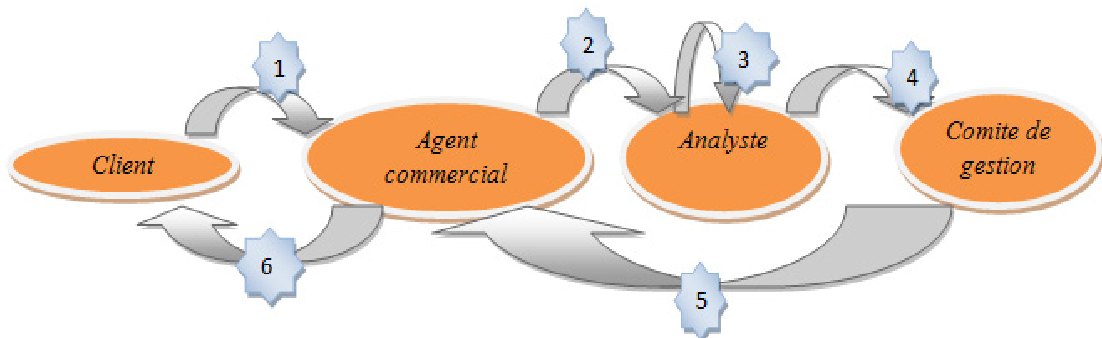
The interest rate : According to the analysis of the ROA index (return on assets indicator) which measures the share of assets in profitability, compared with their interest rate policies, the banks with high profitability are those which have granted loans at a relatively higher interest rate, we deduce that there is a direct relationship between the interest rate and the return on credit, here credit has a positive impact on bank profitability.

Client insolvency : The credit granting activity is a very risky activity because if we do not repay, which leads to an increase in the risk index within the bank, this pushes the depositaries to withdraw their money from the establishment. credit, therefore the bank is forced to use its own capital to return to depositaries their savings and indirectly cover the risks of loans (case of financial crises), thus demonstrating the negative impact of credit on the bank's profitability.

Banks manage, however, to get some idea of the profitability of their services through the analysis of different elements. We can conclude that the impact of credit on bank profitability has two aspects: either it is negative or it is positive, this depends on the repayment situation of each customer and the interest rate.

"CREDIT PROCESS"

Figure 2: flow



Source: general management Rawbank Lubumbashi

The customer submits his request to the manager of his bank account who is an agent of the commercial

After studying the file, the manager sends the request to the company's financial analyst

it carries out an in-depth study of the file.

The analyst submits his report to the management committee

The committee sends back a notification letter in response to the commercial agent.

If the answer is favorable, the request is declared for accounting and grants the loan to the client, otherwise the manager announces the bad news and it all ends there.

In order to have access to the bank's credit, the applicant must first be a customer of the latter. Through the manager of his account, he has access to a document called "credit application". The latter includes all the parameters pleading for the request, it is made up of:

Identities and contact details of the client

The manager of his account

The description of its income-generating activities and its characteristics (turnover, shareholding, list of suppliers and their contributions to turnover, list of customers, etc.)

His criminal record, the guarantees offered

The identity of his bank account in this bank and elsewhere (history and valuation of the account)

Once a loan has been granted, the bank's concern is collection, especially since the account manager or even the salesperson has several accounts at his charge; the latter's competence in managing its clients has an influence on the bank's profitability.

Results

In order to observe the mastery of credit risk management, we based ourselves on traditional financial analysis to:

Calculate the different ratios allowing us to observe the financial performance

Present the different risk control indicators in commercial banks.

The Determinants of Banking Performance

The balance sheet is considered to be the image of the economic situation of the bank. in fact, the bank balance sheet presents all the balance sheet and off-balance sheet accounts describing a

Risk Management Indicators

Credit risk management indicators at rawbank

Return on Equity: ROE

The ROE measures the capacity of a bank's beneficiary as well as the return on capital invested by shareholders. ROE can be defined very simply:

$$ROE = \frac{\text{Bénéfice net} \quad \text{Bénéfice net}}{\text{Fonds propresFonds propres}}$$

Table 4: Return on Equity: ROE

Formula	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ROE in% =	11.41	10.56	8.09	5.18	4.34	6.53

Source: ourselves based on the annual reports of RAWBANK

Liquidity is the bank's ability to finance increases in assets and meet its commitments when they fall due, without incurring unacceptable losses. Effective management of liquidity

risk helps ensure a bank's ability to meet its cash commitments, which are uncertain, being influenced by external factors and the behavior of other agents.

The purpose of liquidity management is to ensure payment obligations in all relevant currencies, to finance business growth and to ensure business continuity in the event of a crisis.

Liquidity regulations take the form of a relationship between, on the one hand, in the numerator, assets available and achievable or mobilizable in the short term, and on the other hand, in the denominator, current liabilities or commitments. by signature likely to be respected.

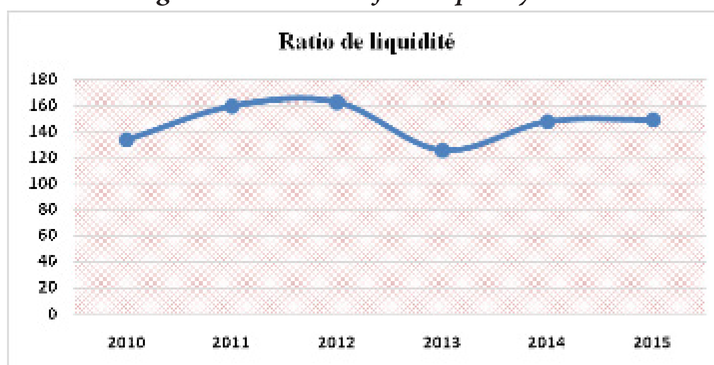
Liquidity ratio= $\frac{\text{liquidité+solde de trésorerie preteur} \quad \text{liquidité+solde de trésorerie preteur}}{\text{exigibilité+solde de trésorerie emprunteur} \text{exigibilité+solde de trésorerie emprunteur}}$

Table 5: Liquidity ratio

Liquidity ratio in%	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	134.10	159.74	162.66	125.9	147.9	149.4

Source: ourselves based on the annual reports of RAWBANK

Figure 3: evolution of the liquidity ratio



Source: ourselves on the basis of table n ° 16

Interpretation

RAWBANK through its activities and relationships with customers, it remains liquid during all six studies.

The bank had a coverage rate of 34.10% (134.0% -100%) in 2010;

In 2011 the bank had a coverage rate of 59.74% (159.74% -100%);

In 2012 the bank had a coverage rate of 62.66% (162.66% -100%);

In 2013, the bank had a coverage rate of 25.9% (125.9% -100%);

In 2014, the bank had a coverage rate of up to 47.90% (147.90% -100%);

In 2015 the bank had a coverage rate of 49.40% (149.40% -100%);

This explains its good relations with its clients and its performance in terms of deposits,

especially with institutional and corporeal clients.

This liquidity ratio is reflected in the ratio of realizable assets to current liabilities. The bank has thus maintained a good situation which is still growing, which reflects the balance of its cash flow. The average is 146.62%. The bank's policy is to be very liquid in order to be able to meet any demand for liquidity from customers. in addition, RAWBANK permanently maintains a total short-term liquidity ratio, in local currency and in foreign currency higher than 100% according to the instruction n ° 14 of the BCC.

Credit / Deposit Ratio

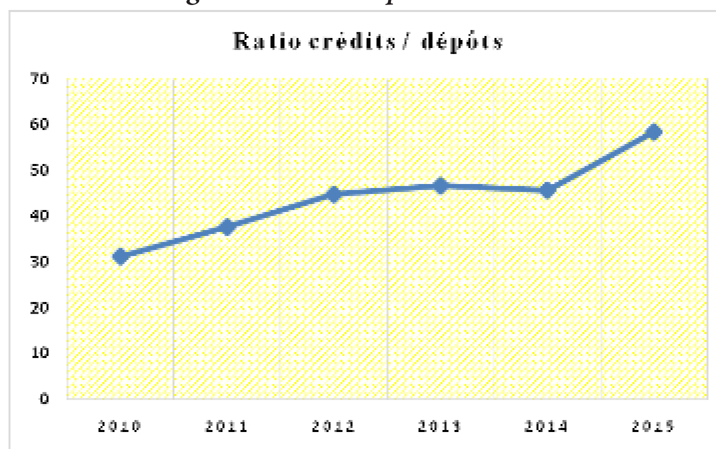
This ratio is calculated by expressing loans and advances to customers (lines of credit, discounts, fixed-term advances, overdrafts, etc.) as a percentage of total deposits (sight deposits, term deposits and savings deposits) .

Table 6: Credit / deposit ratio

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
in% =	31.18	37.61	44.72	46.64	45.66	58.41

Source: ourselves based on the annual reports of RAWBANK

Figure 4: loans / deposits evolution



Source: ourselves on the basis of table 6

Interpretation

To calculate the limits of the credit portfolio in relation to liquidity is obtained by calculating the share of credits on deposits. We note that the limits during 2010 to 2014 are in the prudential standards.

With the exception of 2015, the ratio of loans / total sum of deposits, provisions and medium-term loans granted by financial institutions amounted to 58%, this rapid increase in customer loans during 2015 fully reflects the role played by the bank in the financing of the

economy, in its aspect granting credit to its customers. However, it should be noted that the credit ceiling is set by the bank taking into account all other sources of financing, namely medium and long-term loans (financial institutions), which clearly improves and strengthens this financing ratio. . The loan / deposit ratio is less than 50% according to prudential standards.

RAWBANK has an average portfolio limit of 44.04%, ie RAWBANK is within prudential standards for six years. The bank with its commercial policies increased its deposits and the loans it grants during the six years.

Solvency Ratio

Table 7: Solvency ratio (Return on Sales: ROS)

Solvency ratio	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	22.40	29.20	24.26	27.09	25.60	26.40

Source: ourselves based on the annual reports of RAWBANK

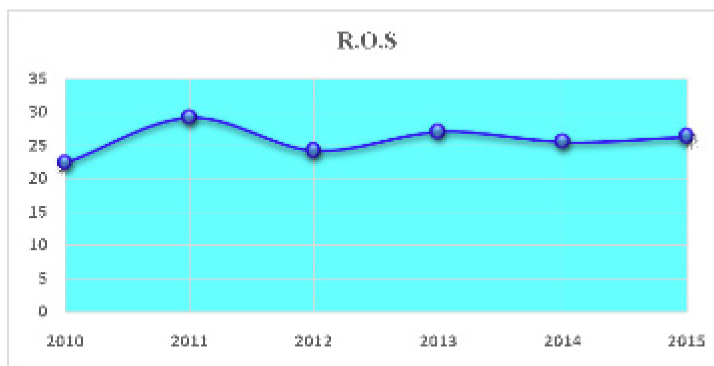


Figure 5: evolution of the solvency ratio

Source: ourselves on the basis of table n ° 18

Interpretation

This ratio reflects the importance of regulatory capital in relation to the total sums of risk assets. in 2010 to 2015 there is an increase which is justified by the high level of deposits and customers granted by the Bank and also an increase in permanent capital between the increase in deposits compared to the bank's equity, this ratio determines the capacity to deal with any risks associated with its activities.

Instruction n ° 14 of the Central Bank of Congo stipulates that banks are required, in the management of their resources, to respect a minimum ratio of 20% between prudential capital and total risks. The average variation is 25.83%. The bank has always maintained this ratio within the standards set by this instruction.

Risk Coverage Ratio

The risk coverage ratio is the ratio between prudential net equity and risk-adjusted assets. It expresses the necessary amount of basic and additional own funds that the bank must hold

in order to cover their market, credit and operational risks. Within the framework of banking theory and particularly concerning risk management, this summary ratio is considered the most interesting for the evaluation of the levels of risks incurred by RAWBANK.

Table 8: Risk coverage ratio

Risk coverage ratio	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	12.24	18.40	16.74	19.6	18.8	12.8

Source: ourselves based on the annual reports of RAWBANK

Interpretation

Instruction n ° 14 of the Central Bank of Congo stipulates that banks are required, in the management of their resources, to respect a ratio of at least 7% between basic own funds (Tier I) and total banking risks. Capital, reserves and additional items such as provisions and subordinated securities, and balance sheet assets and risk-weighted off-balance sheet commitments. Note, a good policy in terms of risk coverage. From 2010 to 2015, RAWBANK was able to keep its credit risks at a stable level with very good coverage of these risks by provisions, an average of 16.43% of the RCR.

It is therefore a bank that manages its credit risk very well. It appears to be the most stable, and its excellent results achieved in recent years are the result of increasingly assertive compliance with prudential rules and standards, in addition to its well-planned control of the risks it incurs. This is due to the strategy it adopts, namely the strengthening of equity.

Risk Management Indicators in Commercial Banks

This is why in this part, we will analyze the evolution of ROA, ROE, ROS, CIR, and of a certain number of Congolese commercial banks. to make this index more useful, we are going to carry out a comparative study between one or more banks.

Our sample will relate to five (5) commercial (or depository) banks: RAWBANK; Trust Merchant Bank (TMB); Commercial Bank of Congo (BCDC); International Bank for Africa in Congo (BIAC) and PROCREDIT Banque.

The various indicators used are obtained on the basis of accounting data concerning the balance sheets and income statements of the above-mentioned banks, and this for the period from 2010 to 2015. A comparative analysis will be carried out to better draw the results. most significant interpretations.

The various ratios, calculated on the basis of the financial statements and annual reports produced by these five (5) banks.

Table 9: Financial return ratio (ROE) for commercial banks in%

ROE	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Mean
RAWBANK	11.41	10.56	8.09	5.92	5.19	6.53	7.95
TMB	0.5	2	3	14	18	10	7.92
BCDC	18.6	20.3	21.9	18.3	7	12.6	16.45
BIAC	3	4.39	-2.05	-1.79	2.29	5.34	1.86
PROCREDIT	8.6	6.7	4.17	3.7	4.5	6.92	5.77

Source: ourselves based on the annual reports of these banks

Interpretation

This ratio makes it possible to measure the profitability of a bank as well as the profitability of the capital invested by the shareholders since it highlights the profitability of their investment. This ratio for commercial banks has continued to evolve at an increasing rate during the period (2010-2015), but this rate growth (ROE) cannot be due solely to satisfactory profitability as well as a level of high profits, but rather to insufficient capital which can worsen the situation of commercial banks. According to prudential standards.

The ROE must be high enough to attract investors, a low rate can correspond to a phase of important investment, on the contrary, a high rate can come from a good management as well as a relative insufficiency of the own funds.

We see in the table above that the return on equity of Congolese commercial banks is very significant. Indeed, the general trend of the financial profitability ratio is around 10% according to the standard practiced by the BCC. The BCD recorded high rates which exceeded the limits. RAWBANK, TMB, BIAC and PROCREDIT were able to keep on average a level of return on equity capital of less than 10%.

Table 10: Return ratio (R.0.A) for commercial banks in%

ROA	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Mean
RAWBANK	1.48	1.30	1.22	0.77	0.62	0.83	1.04
TMB	0.08	0.28	0.30	1.39	1.80	1.02	0.81
BCDC	1.7	2.0	1.9	1.6	0.6	1	1.47
BIAC	0.15	0.08	0.02	0.3	0.6	0.81	0.33
PROCREDIT	0.80	1.30	0.90	1.02	1.30	1.7	1.17

Source: ourselves based on the annual reports of these banks

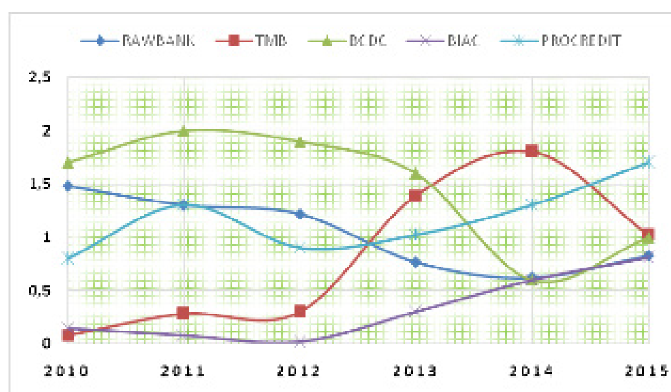


Figure 6: evolution of the yield ratio
Source: ourselves on the basis of table 10

Interpretation

The returns on bank assets, we notice that these are practically of comparable value. This ratio is very significant because it is below prudential standards which are 1%. The general trend of the sector is slightly upwards: BCDC which is continuously in perfect harmony with management standards with an average of 1.47%, PROCREDIT on average 1.17% and RAWBANK on average 1.08%; the ROA around international standards (1%) we can say that it has well exploited its growth in assets. While the assets of TMB and BIAC are relatively the least profitable, with an ROA of 0.81% and 0.33% respectively, this drop in profitability amounts to a decline in the level of profits for this period which are due to their turn to the increase in the weight of provisions and therefore to a high level of risk,

The heterogeneity of the results results essentially from the specialization of banks in particular activities, namely the public administration sector, Agriculture, mining production, the private sector, etc.

Table 11: Cost / income ratio (CIR) for commercial banks in%

CIR	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Mean
RAWBANK	71.86	67.07	58.97	64.96	70.99	68.95	67.13
TMB	110	88	99	69	64	74	84
BCDC	66	68	67	70	70	74	69.17
BIAC	96.3	90.80	85.45	88.9	87.4	85	88.98
PROCREDIT	73.2	68	70	68	66	71	69.37

Source: ourselves based on the annual reports of these banks

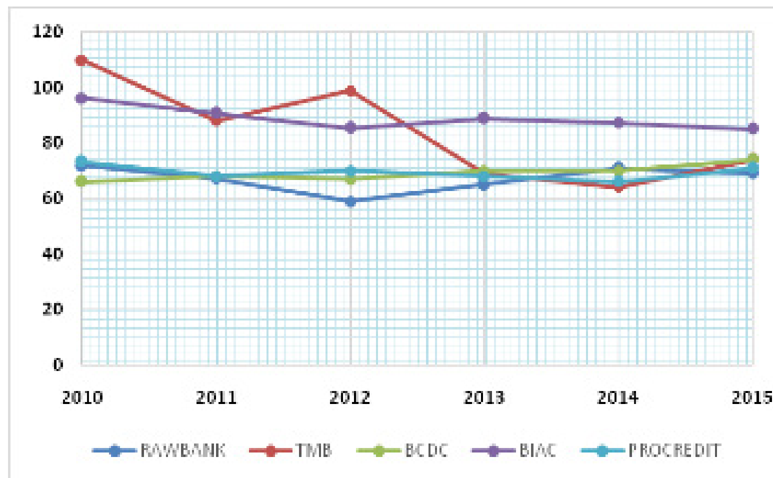


Figure 7: evolution of the cost / income ratio

Source: ourselves on the basis of table 11

Interpretation

The prudential standards imposed by the BCC are 70% (maximum), the BIAC has on average 88.98%, the TMB has on average 84%, the ratio is high i.e. the more wealth is lost in dependencies, it measures the specific contribution of banks to the increase in national wealth and can be compared to the added value generated by non-financial companies. While PROCREDIT an average 69.37%, BCDC an average 69.17% and RAWBANK has an average of 67.13%, this coefficient which shows us the share of operating expenses in the net banking income, and which is in sharp decline which shows us its improvement by reducing costs. These percentages indicate the share of the gains made by these banks which is absorbed by its fixed costs.

Table 12: Solvency ratio (R .OS) for commercial banks in%

ROS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Mean
RAWBANK	22.40	29.20	24.26	27.09	25.60	26.40	25.83
TMB	28	20	20	20	21.5	20.4	21.65
BCDC	29	28	22	21	21	22	23.83
BIAC	12.3	15.43	10.54	11.83	10.3	11.3	11.95
PROCREDIT	14	9.1	11	11.9	9.2	10.8	11

Source: ourselves based on the annual reports of these banks

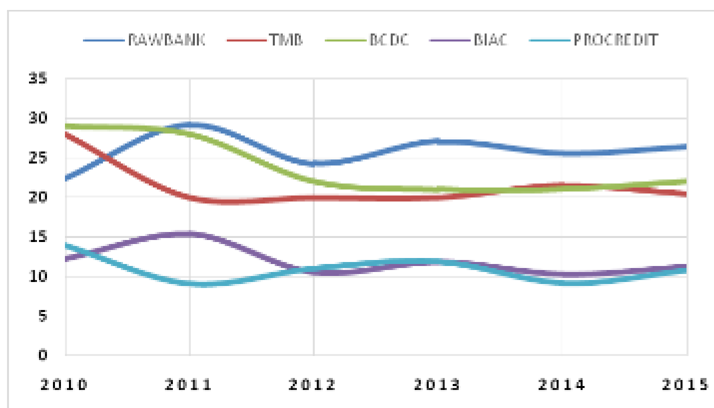


Figure 8: evolution of the solvency ratio

Source: ourselves on the basis of table 12

Interpretation

The minimum solvency ratio according to prudential standards is 20%, RAWBANK, BCDC and TMB have been able to maintain a high level of solvency on average, they are within the standards. We can see that the Congolese commercial banks do not manage their credit risk by the same techniques, they are however threatened by this risk to different degrees. But it should be noted that there are two banks (BIAC and PROCREDIT) out of five, which are below the standard, therefore their credit risk management policy seems inappropriate.

The prudential standard set by the Central Bank of Congo (20%). There is an inconsistency in the level of degree of exposure to the risk of insolvency of these five commercial banks must be of great financial solidarity, taking into account the effects of a bankruptcy of a bank on the stability of the whole. financial system and beyond the entire economy. This financial solidarity is essentially measured by the amount of the bank's own funds, which determines its capacity to face any risks linked to its activities (non-repayment of loans distributed).

Banks must be permanently solvent, that is to say, be able to meet their commitments at any time. Indeed, if the bank's customers deposit with their money (sight deposit) doubt its financial solidarity, they risk losing confidence and withdrawing their deposits, in major difficulties.

General Conclusion

At the end of our investigations, we do not claim to have exhausted the global universe of our research. However, we are sure that we have achieved the objective we have set for ourselves.

The study or analysis we have just completed relates to " Credit risk management and its impact on financial performance in commercial banks: the case of RAWBANKIn which it was discussed whether the constraints relating to verifying the integrity and accuracy of the information provided by the borrower, how it is managing credit risk and whether the bank has

methods and strategies to reduce the risk of default.

As hypotheses if it turns out that the analysis of credit risk management at RAWBANK is carried out by high study and analysis of the customer's credit file. Risk reduction policies are at the heart of the concerns of managers and senior executives. the challenge for each bank therefore consists in implementing an integrated approach that it can anchor in its organization and management practices. Without a coordinated risk management strategy, it will have to continue to produce the same practices multiple times in order to finally align its risk treatment procedures and controls. RAWBANK must master risk management, an essential condition to strengthen the confidence of their customers, gain profitability and ensure their sustainability.

previous parts. After processing the data collected, we have obtained the following results:

RAWBANK has maintained the rate of non-performing loans or a credit risk which is equal to 0.86% (or the rate of unpaid loans) of the total loan portfolio granted. That is to say, RAWBANK manages mine the credit risk is less than three times the rate limit for non-performing loans imposed by the BCC is below 3%.

The diagnosis of credit risk in relation to the balance of transactions with customers, it is a borrowing bank in customer capital because the resources exceed the uses whose balance is 1,486,090,952 thousand Congolese francs. in relation to the balance of market operations, it is a lending bank on the market because its uses are greater than resources and there is a balance of 2,069,421,836 Congolese francs called market situation. Compared to the balance of permanent capital on fixed assets, this balance is positive at 171,251,567 Congolese francs, however the fund does not occupy a place as a commercial enterprise given the lower numerical value of fixed assets.

The financial balance of RAWBANK is achieved by the compensation of market operations with those of customers in the granting of short-term loans in first position we have the mining sector receives more loans on average 26.29%; in second position we have the public administration sector receives on average 25.35% etc.

Loans to non-financial public bodies include short and medium term advances an average of 21.35%. Loans and advances to companies an average of 29.96%. Medium-term loans include advances granted to various customers, medium-term loans are those that last between two and seven years. Term credit fixes an average of 23.36%. Other loans mainly include advances on accounts receivable (companies and individuals) granted on a fixed term at an average of 2.75%. Provision for bad debts constitutes provisions to pay non-refundable debts in the event of adverse selection or moral hazard of the borrower at maturity which are repayable an average of -1.66%. These amounts are used to decrease the credit risk, it is for this reason that

The average change in financial return ratio, return ratio, credit payout ratio, leverage ratio, liquidity ratio, risk coverage ratio and the default rate during the six years (2010 to 2015) of our study responds favorably to regulatory requirements of the Central Bank of Congo. RAWBANK has set up systems for analyzing, measuring and monitoring all the risks of different kinds to which their activities expose them and in particular to ensure that credit,

market, operational and interest rate risks. interest, liquidity, settlement and delivery as well as the risks associated with outsourced activities are properly assessed and controlled and that the assessment processes

The various ratios, calculated on the basis of the financial statements and annual reports produced by these five (RAWBANK, TMB, BCDC, BIAC and PROCREDIT Banque) banks, we have produced the following results: the ROS, ROA, ROE, CIR are very appreciable because they are below prudential standards. We can see that the Congolese commercial banks do not manage their credit risk by the same techniques, they are however threatened by this risk to different degrees.

Compliance with prudential standards by Congolese commercial banks remains a necessary but insufficient condition to be immune from the risk of insolvency. Other behaviors and factors must be considered by these banks in order to minimize their exposure to this inevitable danger. The Congolese banking sector has taken an important step to preserve its solvency and sustainability. It is however imperative in this phase of preparation of the commercial banks of the place, to face the foreign competition to ensure that they equip themselves with appropriate means in order to circumscribe any risk which could undermine their financial stability. Banks are invited to consolidate their own funds, diversify their activities, acquire the necessary resources for the proper functioning of their intermediaries, and qualified personnel who will be responsible for each decision-making (granting of loans). Congolese banks can succeed in their missions and prosper in their environments.

The Central Bank necessarily occupies a prominent place in the management of banks' credit risks and obviously in their performance. in fact, it constitutes first of all, from a sub-regional point of view, the guarantor of all policies aimed at creating an environment conducive to the development of credit institutions with the required management standards and credit management policies. With continuous reviews of management standards, it also allows banks and financial institutions to be up to date in their "Risk management". The Central Bank plays a crucial role both regionally and internationally because it serves as a relay in the implementation of decisions taken at the international level with the Basel Committee.

On the basis of the analysis that we carried out, we answer in the affirmative to the first hypothesis we affirm that the management of credit risk at RAWBANK is done by high study and analysis of the customer's credit file while privileging the credit or overdraft to non-financial public bodies, loans to companies and individuals which allows it to apply a provision for the case of non-reimbursement of doubtful debtors. However, RAWBANK increases its granting of credit to its customers from year to year.

However in the second hypothesis we affirm the banker has a variety of methods allowing him to protect himself against credit risks. These means can range from the supports which constitute the documents accompanying the repayment of credit, through guarantees to prevent the risk of insolvency of the lender.

The third hypothesis, we affirm that it proceeds by regular monitoring of the repayment

behavior of due loans (monitoring), then of correspondence (letters of reminder, formal notice etc.), beyond a certain period of non-repayment. it carries out forced recovery.

In terms of limits; we do not claim to have exhausted all the contours of this subject which is so complex and delicate. Our study focuses on some ways to limit the risks of bank loans. on the other hand, there are several means to limit these risks such as in-depth studies of the future debtor, constant monitoring of solvency, taking guarantees, etc. We did not go through all the alternatives due to time and financial constraints. in addition, we were unable to inventory several elements that must be taken into account in order to better manage credit risks. It is necessary to list, indicate the intensity, the form and the probability of occurrence of the credit risks. Neither can there be good management or risk coverage without a perfect measurement of the risk incurred.

In terms of outlook, RAWBANK faced with the panoply of risks to which it is exposed, prudential and regulatory standards are of capital importance to ensure a certain consistency within the banking industry and guarantee its solidity. We therefore invite future researchers to analyze the other risks existing within the banking sector and try to propose solutions to reduce their influence on bank failures. Among other things, we offer them to address the interest rate risk, the risk specific to a client or a transaction, corporate or professional risk and general risk.

So, not being the first and the last to have tackled this problem, far from us claiming to have exhausted all the problems in terms of credit risk management, consequently the door is open for others. researchers your criticisms and suggestions which are moreover welcome for the elevation of the edifice of the said subject.

Bibliography

1. Bahati Lukwebo (2012): African banks facing the challenges of economic globalization, analysis and perspective of the prudential ratio in the DRC, l'Harmattan, Paris.
2. Bantu M. (2015): Banking and risk management course, Lubumbashi, ECOPO.
3. BANQUE FOR INTERNATINAL REGULATIONS, (2013): Charter of the Basel Committee on Banking Supervision, January.
4. BEGUIN J.- M. et al., (2008): The essentials of banking techniques, Eyrolles, Paris.
5. BCC, (2014): Foreign exchange regulations in the Democratic Republic of Congo, February.
6. Eric Lamarque (2008) Banking Management 2emeEd Darios Pearson
7. Fayer IF (1993) how to manage financial risks, Lavoisier, Paris
8. Federic M (2004) Money, banking and financial market 7eme Ed Pearson Education
9. Fortin MF (1996) the process of research from conception to realization Decarie Mon-royal
10. Gavard –Perret ML et al (2012) Research methodology pass his thesis or his thesis in management science Paris Peason.
11. Mayorie D (2001) value-at-risk and prudential supervision of the Bruylant academia bank.
12. Marie D (2009). Money and financing of the economy 3eme Ed. Dunod, Paris
13. M'Bayo M. Understanding business management through its models: an introduction to management sciences Economic and management ed
14. Paille P. (2006): From performance to excellence. Paris Ed Gallimard
15. Pascale S. and Annie (2015), support guide for the completion of the Bachelor and Master thesis.

16. Sylvie D (2005) Bank management, Paris.
17. Sem M. (2013) Practice of HRM in mining companies in Katanga: Microeconomic analysis of wage deficiency theories. Doctoral thesis University of Lubumbashi.
18. Chuary M. (2014): OHADA Application of the principle of the preeminence of economic reality over legal appearance in banking establishments in the Democratic Republic of Congo, Case of Rawbank, University of Lubumbashi-ECOPO.
19. Chiaporri, PA. and Yanelle MO. (1996): Bank-business relationship and cost of credit. (www.persee.fr)
20. Dove Ogien (2009): Maxi sheet of financial management of the company, DUNOD edition.
21. Jean Yves Capul and Olivier Garnier (2002): Dictionary of economics and social science, updated edition, Hatier, Paris.
22. Monnier P. and Sandrine ML (2008), Banking techniques, DUNOD edition.
23. Pierre Cabane (2008): The essentials of finance for managers, 2nd revised and expanded edition, Eyrolles group edition.
24. Fabrice Briot (2012): Corporate finance, DUNOD edition.
25. Luc Berner-R. (): principle of banking technique, DUNOD
26. M ichelc Ro uhy (2000), Credit risk management and the stability of the international financial system, HEC Series.
27. Ousmane Bah (2008): Credit Risk Management: a major issue for Banks, University of Dakar Bourguiba.
28. Ngoy E. (2015): portfolio management course, Lubumbashi, ECOPO
29. Mouna Kobaa (2006): The Basel accords and banking risk management, IHEC.
30. Mirindi Innocent (2014): Banking on R&D. Congo challenges and perspective, Case of Rawbank, University of Lubumbashi-ECOPO.
31. Kasongo, B. (2015): LThe strategies of a commercial bank in a competitive environment, case of the commercial bank of Congo in the city of Lubumbashi, University of Lubumbashi-ECOPO.
32. Mansouri B. and Saïd A. (2009): The Profitability of Banks and its Determinants, Case of Morocco, Cadi Ayyad University, Marrakech, Morocco.
33. Patrick ARTUS (2012): How is it possible that loans are greater than deposits? (www.natixis.com)
34. Patrick ARTUS (2012): The loan / deposit ratio of banks (www.natixis.com)
35. Report: RAWBANK annual report from 2009 to 2015
36. Report (2012): Annual report Banque Central du Congo, Kinshasa.
37. Kivatsi James (2010): internship report carried out at the central bank of the Congo, ULK, Kinshasa



18.

The Relationship of Causality and Cointegration Between Turkish Cds Premiums, Exchange Rates and Stock Indexes During the Covid-19 Period

Dr. Mustafa Kevser*

Abstract

The purpose of this research is to explain the causality relationship between CDS premiums, exchange rates and major stock market indices in Turkey during the Covid-19 period. in this context, daily data for the period between 11.03.2020 and 07.11.2021, when the Covid-19 virus was declared as a pandemic by the World Health Organization, was chosen as a sample. in the research, the US dollar was preferred as the exchange rate due to the intense dollarization in Turkey. in addition, BIST30 indices, which are classified as the most important indices and primary sectors in Borsa Istanbul (BIST), and BIST Bank (XBANK), BIST Industry (XUSIN) and BIST Tourism (XTRZM) sector indices were included in the research. in the study, the short-term relationships between the variables were examined with the Granger causality test. According to the Granger causality test results, unidirectional causality was detected between Turkey CDS premiums and major indices. Causality is unidirectional from stock market indices, exchange rates and BIST 30 to CDS premiums. in this context, the results obtained from the study show that in the Covid 19 pandemic, CDS premiums are the affected variable. The results show that the uncertainties significantly deteriorate the investment environment for Turkey, and individuals and investors move away from the capital markets and invest in the currencies of other countries. in the study, the cointegration relationship between the variables was also

***Assistant Professor, Bandırma Onyedi Eylül University, Manyas Vocational School.**

investigated, but no cointegration was detected.

Keywords: CDS, Stock market indexes, foreign currency, causality, co-integration.

Introduction

With globalization in the world, goods and capital flows have accelerated, and the rapid development in technology has integrated world financial markets and economies. Today, investors invest not only in their own countries but also in different countries of the world, more than in the past. As a natural consequence of the developments experienced, the financial needs of companies and investors have differentiated. The increase in risks, especially with the integration of financial markets, has highlighted the desire of investors to hedge against risk. in this context, derivatives have found a place in the markets as new financial instruments that protect companies and investors from risk. Derivative products and derivatives markets transfer risk from investors who want to hedge risk to those who want to gain by taking risks. Credit derivatives also refer to contracts that can cover one or more financial assets made to protect themselves from credit risk, that is, the risk of debtors failing to fulfil their obligations in due time. Credit derivatives are generally can be classified as credit default swap (CDS), total return swap (TRS), credit spread option (CSO), credit-linked note (CLN) and collateralized debt obligation (CDO) (Başarır and Keten, 2016). Credit default swaps are contracts that guarantee the receivables of the creditor against the risk of default of debtor countries, institutions or companies. Accordingly, in CDSs that serve to protect the receivables of creditors, the protection seller undertakes the risk of non-payment that the protection buyer may face in return for a certain amount of premium. The structure and operation of the CDS are simply illustrated below.

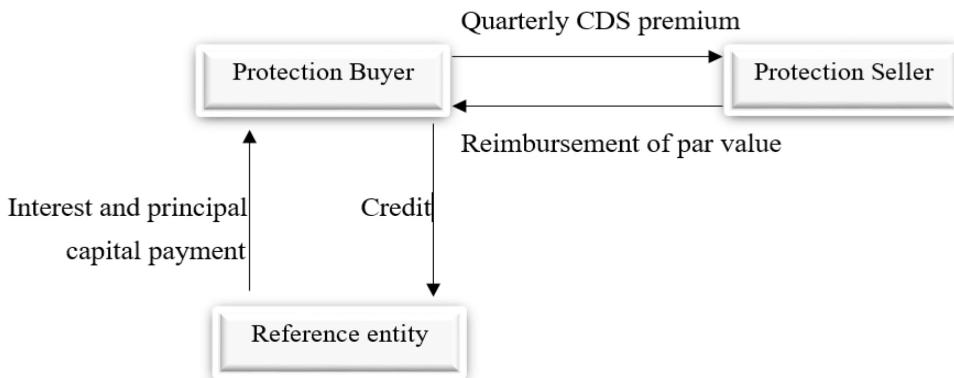


Figure 1. Cash Flow Scheme for a Credit Default Swap

Source: Andritzky and Singh, 2006

CDS premiums show the risk levels of countries and companies, and therefore high CDS premiums are considered as an indicator of uncertainty and risk for countries and companies. in this context, CDS premiums are followed by investors and considered as a tool that explains

country risks and is used in risk analysis for countries. CDS premiums arise according to instantaneous supply and demand, such as exchange rates, and cover all factors affecting financial markets (Eğilmez, 2020; Kaderli and İltaş, 2021). in this respect, increases and decreases in CDS premiums affect financial markets and cause fluctuations in asset prices. Although CDS premiums are effective on financial indicators, CDS premiums of countries are also affected by many factors. Studies show that the uncertain environment, interest rates, commodity prices, high volatility in the markets and stock market indices are also effective on CDS premiums (Shahzad et al. 2017; Malhotra and Corelli, 2018; Pelster and Vilsmeier, 2018, Chau et al. 2018). in this context, the Covid-19 pandemic has caused great uncertainty in financial markets around the world, significant decreases were experienced in stock market indices, and exchange rates were adversely affected in developing countries (Baker et al. 2020; Corbet et al. 2020; Fu and Shen, 2020; Karamti and Belhassine, 2021). Due to the restrictions imposed around the world, national and international trips could not be made, so the tourism sector has become one of the most negatively affected sectors (Mao et al., 2021). in addition, due to the supply-demand imbalances in the markets, the amount of production decreased in many sectors and industrial companies became one of the most adversely affected groups (Gu et al., 2020). in this study, the causality between CDS premiums and BIST Bank (XBANK), BIST Industry (XUSIN), BIST Tourism (XTRZM) indices, USD/TRY rate and BIST 30 indices during the Covid-19 period was examined. in the research, daily data between the date of 03.11.2020, when Covid-19 was declared as a pandemic by the World Health Organization, and 05.11.2021, was used.

Literature Review

Credit default swaps, which are defined as the transfer of a credit institution's risk to another investor against the possibility of the counterparty's default, were first introduced to the market by JP Morgan in 1994. Duffie's (1999) research is one of the pioneering studies on CDS premiums. in this study, CDS premiums were generally evaluated as the determinant of credit defaults. in the studies conducted in the following years, the relationship of CDS premiums with macroeconomic variables and financial markets has been the subject of examination. For example, Coronado et al. (2011) investigated the relationship between CDS premiums and stock markets of European countries and found a negative and strong correlation between CDSs and stock prices. Basarir and Keten (2016) investigated the relationship between CDS premiums of 12 developing countries in the JP Morgan EMBI index, exchange rates and stock indices, and found bidirectional causality between CDS premiums and stock indices, on the other hand, a short or short-term relationship between CDS premiums and exchange rates. A long-term causal relationship could not be determined. While Kaderli and İltaş (2021) stated that there is a mutual flow of information between CDS premium and sector indices in Turkey, they concluded in their research that stock market indices have a greater effect on CDS premiums. in the table below, studies investigating the relationship between CDS premiums and exchange rates and stock market indices are given.

Table 1: Summary Results of the Literature Review

CDS Primleri ile Döviz Kurları ve Borsa Endeksleri Arasındaki İlişkileri Konu Alan Çalışmalar				
Authors	Period	Variables	Methodology	Findings
Acaravcı and Karaömer, 2017	01.02.2012-01.02.2017	CDS, BIST 100	VAR, Granger causality test, variance decomposition test, impulse-response analysis	No long-term relationship could be found between CDS and BIST 100.
Bektur and Malcıoğlu, 2017	12.10.2000-17.02.2017 daily data	CDS, BIST 100	Hatemi-J causality test	A one-way relationship was found from CDS to BIST 100.
Şahin and Özkan, 2018	2012-2017 monthly vdata	CDS, Exchange rates, BIST 100	Panel data analysis	There is bidirectional causality between BIST 100 and CDS. There is no causality between BIST 100 and exchange rates.
Shahzad et al., 2018	12.10.2000-17.02.2017 daily data	CDS (USA), ABD 10 sector indicies	Quantile Quantile (QQ) regression analysis, causality test	A negative correlation was found between CDS and sector indices. A causality has been identified from the finance, oil, gas and consumer services sector to CDS.
Sarıgül and Şengelen, 2020	January 2014-June 2019 daily data	CDS, BIST bank price index, bank stock prices	VAR, Granger causality test, Johansen cointegration test	Country CDSs are effective on the BIST bank index. CDSs do not have the same causal relationship with all banks.
Evci, 2020	04.01.2010-04.07.2019 daily data	CDS, BIST 100	Granger causality test, Johansen cointegration test	There is a long-term equilibrium relationship between CDS and BIST 100. in the short run, there is causality from CDS to BIST 100.
Sun et al., (2020)	26.05.2009-19.12.2017 daily data	CDS, International stock market indices, commodity prices	Forecast error variance(FEV), Spillover network.	In terms of sovereign CDS-to-stock returns spillovers, emerging nations have larger average spillovers than developed countries, whereas developed countries contribute more average spillovers in the reverse way. During certain instances, the sovereign CDS market and the commodity market continue to play a significant role, despite the fact that stock markets always have the upper hand.
Demir and Dinç, 2021	02.012.2015-31.12.2020 daily data	CDS, Exchange rates, BIST 100	Cointegration tests, causality tests	There is a regime breaking relationship between the variables. CDS and BIST 100 affect exchange rates.
Akgüneş, 2021	29.04.2018-22.11.2020 daily data	CDS, Exchange rates, bond interest, BIST All Index, BIST Bank Index	Toda-Yomamoto causality test	BIST bank index is the Granger cause of BIST All, bond rates and CDS premiums, which are other variables. There is a bidirectional relationship between BIST All and exchange rates. There were breaks in the BIST bank index in Covid-19, and these breaks affected other variables.

In the researches, it is seen that daily data are used more frequently and cointegration and causality tests are preferred as methods. in this context, daily data were used in the research by the literature, and the Pairwise Granger causality test was used as a method.

Methodology and Data Set

In this study, the causality between Turkey's CDS premiums and BIST 30, USD/TRY rate, BIST Bank (XBANK), BIST Industrial (XUSIN) and BIST Tourism (XTRZM) indices during the Covid-19 period was investigated. Daily data between 11.03.2020 and 05.11.2021 were used in the research. in the research, unit root tests were carried out to determine whether the data were stationary or not, and it was determined that the analyzes were stationary. The stationarity of the data indicates that they are suitable for analysis. Pairwise Granger causality test was used to determine the causal relationship between the variables. Information on the data sets used in the research is presented in Table 2.

Table 2: Explanatory Information on the Series Used

CDS	Credit Default Swap	CDS premiums, which measure the risk of 5-year bonds belonging to Turkey, are used. The data were obtained from the website http://www.investing.com.
BIST 30	Stock Price Index	BIST 30 Index: BIST 30 closing values were obtained from the website http://www.investing.com.
USD/TRY Kuru		End of day closing values were obtained from the website http://www.investing.com.
XBANK		End of day closing values were obtained from the website http://www.investing.com.
XUSIN		End of day closing values were obtained from the website http://www.investing.com.
XTRZM		End of day closing values were obtained from the website http://www.investing.com.

Granger Causality Analysis

To investigate the causality between the variables, the data should be stationary. A cointegration relationship can be sought between stationary series of the same order. on the other hand, if the cointegration relationship cannot be observed, the causality relationship can be investigated to the extent that the series is stationary. to test the stationarity between two different variables, the model is estimated as follows.

$$B_t = \sum_{i=1}^{n} \beta_i A_{t-i} + \sum_{j=1}^{n} \alpha_j B_{t-j} + \varepsilon_{1t}$$

$$A_t = \sum_{i=1}^{n} \gamma_i B_{t-i} + \sum_{j=1}^{n} \Theta A_{t-j} + \varepsilon_{2t}$$

The causality test starts with testing the null hypothesis that A is not the Granger cause of

B. in the equation, B is the dependent variable and it is necessary to test whether the parameters of A are zero together. Frequently used tests for this are the F and Wald tests. According to the most commonly used F test result, if the null hypothesis is rejected, the alternative hypothesis is accepted and it is concluded that A is the Granger cause of B.

Findings

For all six variables used in the study, 412 observations were made. Summary descriptive statistics of the variables are given in Table 3.

Table 3: Descriptive Statistics

	BIST30	CDS	USD_TRY	XBANK	XTRZM	XUSIN
Mean	1415.522	457.8070	7.767758	1263.282	269.2175	2086.587
Median	1463.790	451.4200	7.715700	1239.245	289.2900	2383.445
Maximum	1717.190	702.7500	9.691700	1648.690	417.7400	2793.580
Minimum	1014.100	316.6200	6.209100	1058.170	68.40000	988.3700
Std. Dev.	168.6440	89.97387	0.768067	133.3351	95.15863	547.5610
Skewness	-0.363959	0.445871	0.233713	0.736192	-0.359583	-0.418812
Kurtosis	2.069685	2.381292	2.235974	2.717659	1.990476	1.627870
Jarque-Bera	23.95351	20.22240	13.53750	38.58437	26.37383	44.36475
Probability	0.000006	0.000041	0.001149	0.000000	0.000002	0.000000
Sum	583195.3	188616.5	3145.942	520472.3	110917.6	859673.9
Observations	412	412	412	412	412	412

Table 4: Pairwise Granger Causality Test

Variables		Observation	F-Statistics	Prob.
BIST 30	CDS	410	50.8712	0.0000*
CDS	BIST 30		0.59689	0.5510
USD/TRY	CDS	389	39.4348	0.0000*
CDS	USD/TRY		0.11025	0.8956
XBANK	CDS	410	43.2776	0.0000*
CDS	XBANK		0.31605	0.7292
XTRZM	CDS	410	12.8477	0.0000*
CDS	XTRZM		2.05462	0.1295
XUSIN	CDS	410	27.7784	0.0000*
CDS	XUSIN		1.47825	0.2293
USD/TRY	BIST 30	389	6.06151	0.0026*

Table 4 shows the results of the Granger causality test performed to explain the relationships between the variables. The results of the analysis reveal that there is one-way causality between the variables. in this context; There is a one-way causality relationship ($p<0.05$) from BIST 30 to CDS. Similarly, from USD/TRY to CDS ($p<0.05$), from XBANK to CDS ($p<0.05$), from XTRZM to CDS ($p<0.05$), One-way causality relationship from XUSIN to CDS was determined ($p<0.05$). Apart from the findings, it was also concluded that there is a one-way causality relationship from USD/TRY to BIST 30 ($p<0.05$).

Conclusion

An important measure of countries' risk levels is CDS premiums. High CDS premiums are evaluated negatively for countries and affect many macroeconomic variables, borrowing costs of countries and investors. CDS premiums are also affected by many factors and uncertainty is considered an important impact factor. The novel Covid-19 pandemic, which has affected the world, has affected countries in many ways and has increased uncertainties in terms of financial markets. For this reason, it is expected that the increasing uncertainty in the Covid-19 period will affect CDS premiums and thus harm the macroeconomic indicators and stock markets of the countries.

In Turkey, on the other hand, problems such as high volatility in exchange rates during the pandemic process, high uncertainty in the markets and problems in the supply chain, the high importance of tourism revenues, but the contraction of the tourism sector due to travel restrictions have emerged as the main negativities. Problems in these areas, on the other hand, increased the uncertainty and affected CDS premiums. in this context, causality were not determined from CDS to exchange rates and stock market indices but causality from exchange rates and stock market indices to CDS were determined. It is considered that the reason for obtaining different results from studies that detect causality from CDS for stock market indices is the unique characteristics of the Covid-19 period included in the research and Turkey's dynamics.

References

1. Acaravcı, S., Karaömer, Y. (2017). Borsa İstanbul (BİST-100) ve Kredi Temerrüt Takası (CDS) Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Mediterranean International Conference on Social Sciences by UDG, Conference Proceedings, 2566-3216.
2. Akgüneş, A.O. (2021). Kredi Temerrüt Takasları, Borsa Endeksleri, Tahvil Faizleri ve Döviz Kuru Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği, İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi, 6(14), 71-83.
3. Andritzky, J., Singh, M. (2006). The Pricing of Credit Default Swaps During Distress. IMF Working Paper, WP/06/254.
4. Baker, S.R., Bloom, N., Davis, S.J., Kost, K.J., Sammon, M.C., Viratyosin, T. (2020). The Unprecendented Stock Market Impact of Covid-19, NBER Working Paper Series, No.26945.
5. Başarır, Ç., Keten, M. (2016). Gelişmekte Olan Ülkelerin CDS Primleri ile Hisse Senetleri ve Döviz Kurları Arasındaki Kointegrasyon İlişkisi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(15), 369-380.
6. Bektur, Ç., Malcıoğlu, G. (2017). Kredi Temerrüt Takasları ile BIST 100 Endeksi Arasındaki İlişki: Asimetrik Nedensellik Analizi, AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(3), 73-83.

7. Chau, F., Han, C., Shi, S. (2018). Dynamics and Determinants of Credit Risk Discovery: Evidence from CDS and Stock Markets, International Review of Financial Analysis, 55, 156-169.
8. Corbet, S., Larkin, C., Lucey, B. (2020). The Contagion Effects of the COVID-19 Pandemic: Evidence from Gold and Cryptocurrencies, Finance Research Letters, 35, 101554.
9. Coronado, M., Corzo, T., Lazcano, L. (2012). A Case for Europe: The Relationship between Sovereign CDS and Stock Indexes, Frontiers in Finance&Economics, 9(2), 32-63.
10. Demir, Y., Dinç, M. (2021). Kredi Temerrüt Swapları, Döviz Kuru ile Borsa İstanbul Arasındaki İlişkinin Analizi, Journal of Yasar University, 16(64), 1642-1657.
11. Duffie, D. (1999). Credit Swap Valuation, Financial Analysts Journal, 55(1), doi:10.2469/faj.v55.n1.2243.
12. Eğilmez, M. (2020). CDS Primi Niçin Yükseliyor? Kendime Yazılar, https://www.mahfiegilmez.com/2020/03/cds-primi-nicin-yukseliyor.html, Retireved 30.11.2021.
13. Evci, S. (2020). Kredi Temerrüt Swapları ile Borsa İstanbul Arasındaki Eşbütünleşme İlişkisinin Analizi, Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(1), 100-117.
14. Şahin, E. E., Özkan, O. (2018). Kredi Temerrüt Takası, Döviz Kuru ve BİST 100 Endeksi İlişkisi, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(3), 1939-1945. doi: 10.17218/hititsosbil.450178
15. Fu, M., Shen, H. (2020). COVID-19 and Corporate Performance in the Energy Industry. Energy Research Letters, 1(1), 12967. http://dx.doi.org/10.46557/001c.12967.
16. Gu, X., Ying, S., Zhang, W., Tao, Y. (2020). How Do Firms Respond to Covid-19? First Evidence from Suzhou, China, Emerging Markets Finance and Trade, 56(10), 2181-2197.
17. Kaderli, Y., İltaş, Y. (2021). Türkiye CDS Primi ile Borsa Sektör Endeksleri Arasındaki Volatilite Etkileşimi: Varyansta Nedensellik Testinden Bulgular. Bankacılar Dergisi, 118, 3-17.
18. Karamti, C., Belhassine, O. (2021). COVID-19 Pandemic Waves and Global Financial Markets: Evidence from Wavelet Coherence Analysis, Finance Research Letters, Article in Press.
19. Malhotra, J., Corelli, A. (2018). The Determinants of CDS Spreads in Multiple Industry Sectors: A Comparison between the US and Europe, Risks, 6(89), doi:10.3390/risks6030089.
20. Mao, Y., He, J., Morrison, A.M., Coca-Stefanik, J.A. (2021). Effects of Tourism CSR on Employee Psychological Capital in the Covid-19 Crisis: From the Perspective of Conservation of Resource Theory, Current Issues on Tourism, 24(19), 2716-2734.
21. Pelster, M., Vilsmeier, J. (2018). The Determinants of CDS Spreads: Evidence from the Model Space, Review of Derivatives Research, 21, 63-118. doi.org/10.1007/s11147-017-9134-6.
22. Sarıgül, H., Şengelen, H.E. (2020). Ülke Kredi Temerrüt Takas Primleri ile Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul'da Banka Hisse Senetleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma, Muhasebe ve Finansman Dergisi, 86, 205-222.
23. Shahzad, S. J. H., Mensi, W., Hammoudeh, S., Balcilar, M., Shahbaz, M. (2018). Distribution Specific Dependence and Causality Between Industry-Level U.S. Credit and Stock Markets. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 52, 114–133. doi:10.1016/j.intfin.2017.09.025.
24. Shahzad, S.J.H., Mohd Nor, S., Ferrer, R., Hammoudeh, S. (2017). Asymmetric Determinants of CDS Spreads: U.S. Industry-Level Evidence Through the NARDL Approach, Economic Modelling, 60, 211-230.
25. Sun, X., Wang, J., Yao, Y., Li, J., Li, J. (2020). Spillovers Among Sovereign CDS, Stock and Commodity Markets: A Correlation Network Perspective, International Review of Financial Analysis, 68, 101271.



19.

The Importance of Environmental Consciousness in Sustainability

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİKTE ÇEVRESEL DUYARLILIĞIN ÖNEMİ

Dr. N. Tülin İrge*

Abstract

Humankind has interacted with the environment since the beginning of its existence, used its environment to increase its level of welfare, and constantly changed its environment with the effect of developing technology. If the improvement of human welfare is to be continuous, it is essential to ensure the continuity of natural resources and the environment. Environmental sustainability aims to contribute to sustainability by protecting the natural resources used to meet the needs, preventing waste in the production and consumption processes, using renewable energy resources, and increasing the level of welfare. Environmentally-friendly business activity is a process that operates in an attempt to protect the environment, use natural resources efficiently, and leave a livable environment to future generations. in order to achieve this, it is necessary to increase the projects performed with environmental awareness in various activities of organizations. Implementation of all radical steps and regulations in terms of the environment would lead to acceptance in society and activation of participation, making significant contributions to sustainable living. Making legal arrangements to ensure environmental justice creates a deterrent effect on the actors. Dealing with environmental

***Assistant Professor, Istanbul Aydin University.**

problems and realizing sustainable development is possible not only by laws and technology, but also by changing individual behaviors. The importance of effective education is undeniable in order to change behaviors, and create positive awareness, value judgments, and attitudes towards the environment. Effective and efficient sustainability training should be given to people, environmental consciousness should be raised, and environmentally mindful and environmentalist identities should be developed. The fact that environmental problems have become unmanageable further increases the importance of education in terms of sustainability, and accordingly, families and educators have immense duties and responsibilities in this regard. The development of environmentally-conscious projects will only be possible if industrial organizations, governments, local administrations, universities, non-governmental organizations, and research institutions work together.

Keywords: Sustainability, Sustainable Development, Environmental Consciousness,

ÖZET

İnsanoğlu var olduğu günden itibaren çevre ile etkileşim kurmuş ve refah seviyesini arttırmak için çevresini kullanmış ve gelişen teknolojinin de etkisiyle çevresini devamlı farklılaştırmıştır. İnsan refahının iyileştirilmesi sürekli olacak ise, doğal kaynakların ve çevrenin sürekliliğini sağlamak gerekmektedir. Çevresel sürdürülebilirliğin amacı gereksinimleri karşılamak için kullanılan doğal kaynakları koruyarak, üretim ve tüketim sürecinde israfları önleyerek ve yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanarak, refah düzeyini artırarak sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktır. Çevreye duyarlı işletme faaliyeti, çevreyi korumak, doğal kaynakları verimli kullanmak ve gelecek nesillere yaşanabilir bir çevre bırakmak amaçlarına yönelik hareket eden bir süreçtir. Bunu sağlamak için organizasyonların çeşitli faaliyetlerinde çevre bilinci ile yapılan projelerin arttırılması gerekmektedir. Çevreye yönelik tüm radikal adımların ve düzenlemelerin hayata geçirilmesi, toplumda benimsenmesini ve katılımın etkinleştirilmesini beraberinde getirecek ve sürdürülebilir yaşama önemli katkılarda bulunulacaktır. Çevresel adaletin sağlanmasına yönelik yasal düzenlemelerin yapılması aktörler üzerinde caydırıcı bir etki yaratmaktadır. Çevre problemleri ile baş etmek ve sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirmek yalnızca yasalar ve teknolojiyle değil, bireysel davranışların değiştirilmesiyle de mümkündür. Davranışları değiştirmek, çevreye karşı olumlu bilinç, değer yargıları ve tutum oluşturmak için etkili bir eğitimin önemi yadsınamaz. İnsanlara etkili ve verimli sürdürülebilirlik eğitimi verilmeli, çevre bilinci oluşturulmalı, çevreye duyarlı, çevreci kimlik geliştirilmelidir. Çevre problemlerinin yönetilemez hale gelmesi, sürdürülebilirlik için eğitimin önemini daha da arttırmakta ve bu konuda ailelere ve eğitimcilere büyük görev ve sorumluluklar düşmektedir. Çevreye duyarlı projelerin geliştirilmesi ancak sanayi kuruluşları, hükümetler, yerel yönetimler, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları ve araştırma kurumlarının birlikte çalışması durumunda mümkün olacaktır.

Anahtar kelimeler: Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Kalkınma, Çevresel Duyarlılık

GİRİŞ

Farklı alanlarda kullanılan sürdürülebilirlik kavramı, kullanıldığı alanın kaynaklarının korunmasını ve insanın geleceğini konu almaktadır. Sürdürülebilirlik, iktisat, çevre bilimi ve yönetimi, işletme yönetimi, sosyal adalet, hukuk ve politikayı birleştiren bir kavramdır (Wilson, 2003: 1). Sürdürülebilir kalkınma anlayışı da çevre değerlerinin ve doğal kaynakların yanlış kullanımına neden olmayacak biçimde akılcı yöntemler ile bugünkü ve gelecek kuşakların hak ve yararları da dikkate alınarak kullanılması ilkesinden özveride bulunmaksızın, ekonomik gelişmenin sağlanmasıdır (Keleş, 1998: 112).

Temelde kar etme mantığıyla var olan ve sürekli çevreyle ilişki içinde olması gereken işletmeler, varlıklarını sürdürebilmek için içinde bulundukları çevreye karşı duyarlı işler yapmak durumundadır ve çevreye duyarlılık sürdürülebilir anlayışla yürütülmelidir (Kılıçaslan ve Of, 2019: 35).

Sürdürülebilir kalkınmanın ve çevre koruma bilincinin artmasıyla firmaların çevreye bakışında önemli bir değişim yaşanmaktadır. Bu nedenle kaynakların verimli kullanılması, atıkların en aza indirilmesi, geri dönüşüm, çevre dostu tasarım ve ambalajlama gibi bileşenler ön plandadır. İşletmelerde çevre bilinci ve çevre yönetim sisteminin kurulması, ilk önce yöneticilerin çevreye duyarlılığı ile gerçekleşmektedir (Nemli, 2001: 211).

Çevre duyarlılığına yönelik yapılan faaliyetlerin amacı, kaliteli ve refah yaşam için ana gereksinimlerin karşılanması, amaca yönelik kaynakların paylaşılması ve bunların yenilenmesini sağlamaktır (Quinn ve Dalton, 2009). Bireysel ve toplumsal yaşamda çeşitli çevre problemleriyle karşılaşılmaktadır. Bireyler ve toplumlar hayatlarını devam ettirecek çevresel kaynakların bu problemler nedeniyle zaman içinde azaldığını gözlemlemektedir. Dolayısıyla çevresine karşı kendisini sorumlu gören ve bunun bilincinde olan insanların olması gelecek için umut verici olmaktadır (Kükrer, 2012: 4506). Toplumun ve toplumu oluşturan bireylerin çevreye yönelik kaygılarını ortadan kaldırmak için işletmelerin sosyal sorumluluk anlayışı kapsamında üretim faaliyetlerini daha çevreci bir tutuma dönüştürmeleri gerekmektedir. İşletme yöneticilerinin ekolojik çevre ile ilgili faaliyetlerini hayata geçirmeleri ve ekolojik çevreyi, kararları etkileyen faktör olarak görmeleri gelecek için önemli bir adımdır (Özkaya, 2010: 256).

Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevresel Sürdürülebilirlik

Artan dünya nüfusu, artan endüstriyel faaliyetler ve bunlara bağlı olarak doğanın tahribatı nedeniyle çevre yönetimi günümüzde oldukça önemli bir konu haline gelmiştir. Birleşmiş Milletler'in 1970'li yıllarda konuyla ilgili düzenlediği toplantılar, çevre yönetimi anlayışının küresel ölçekte gelişmesine katkı sağlamıştır. 1970 yılından sonra sürdürülebilirlik kavramı ön plana çıkartılmış ve sürdürülebilir bir anlayışla dünya korunmak istenmiştir. Bu bağlamda çevre yönetim faaliyetleri sürdürülebilir çevre faaliyetleri ile yürütülmeye başlamıştır. Çevrenin korunması ve sürdürülebilir yönetimi dünya ölçeğinde bir sorun olduğundan küresel bir statü kazanmıştır (Yılmaz ve Toptaş, 2020: 52).

Sürdürülebilirlik fikri, çevrenin korunmasında ve geleceğe iyi bir çevre bırakılmasında ön plana çıkmaktadır (Çamur ve Vaizoğlu, 2007: 299). Yaşamı devam ettirebilme olarak

tanımlanan sürdürülebilirlik, pek çok çalışmanın, iktisadi, sosyal ve çevresel sorumluluk bilinci içinde yapılmasıyla gerçekleştirilmektedir. Ana sorunlar, dünyanın refah içinde yaşamasının önünde engel olan açlık, yoksulluk, adaletsiz gelir dağılımı gibi iktisadi ve sosyal sorunlarla küresel ısınma, çevre kirliliği, doğal kaynakların tüketimi ve nüfus artışı gibi çevre sorunlarıdır (Dunphy, 2000: 39).

Sürdürülebilirliğin bileşenleri çevre, ekonomi ve toplum olarak kabul edilmektedir. Birçok çalışmada çevresel, ekonomik ve sosyal bileşenlerin dengeli bir şekilde yürütüldüğü bir modelin sürdürülebilir kalkınma için yeterli olacağı öngörülmektedir. Ekonomiyi ve toplumu içeren bir modelle çevrenin sağlanabileceği öne sürülmüştür (Kanbur, 2020: 37).

Sürdürülebilirlik, ilk kez 1987 senesinde "sürdürülebilir kalkınma" adı altında Brundtland Raporunda ifade edilmiştir (Çamur ve Vaizoğlu, 2007: 299). 1992 senesinde Rio de Janeiro'da düzenlenen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı'nda, Avrupa Çevre Politikası Enstitüsü (IEEP), sürdürülebilir kalkınma kavramını eğitime taşımıştır ve enstitü tarafından sürdürülebilir kalkınma tanımına yer verilmiştir. Konferansta sürdürülebilir kalkınma, "insanlığın mevcut ve gelecekteki gereksinimlerini karşılama potansiyelini artırmak için kaynakların kullanımında, yatırımların kalitesinde ve teknolojik gelişme yönündeki değişim süreci" olarak ifade edilmiş ve hem şimdiki hem de gelecek nesillerin gereksinimlerinin ancak sürdürülebilir kalkınma ile karşılanabileceğini belirtmiştir (Ünal ve Dımışkı, 1999: 143). Sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilirliğin devamı ile gerçekleşir.

Daly'ye (1991) göre, çevresel olarak sürdürülebilir kalkınmayı test etmek için iki ana kriter vardır. Bunlardan ilki tükenen ve tükenmeyen enerji kaynaklarından oluşan doğal kaynakların stoklarında azalmaya neden olmayacak şekilde kullanılmasıdır. Başka bir ifadeyle tükenmeyen kaynakların kullanımını yenileme kapasitesini yok etmeyecek sınırlar içinde tutmak ve tükenebilir kaynakların kullanımını azaltmaktır. İkincisi ise çevreye kaldırabileceği miktarda kirletici bırakmaktır. Bu iki koşul sağlanmadığı takdirde çevresel sürdürülebilirlik koşulları gerçekleştirilemeyeceğinden sürdürülebilir kalkınmadan bahsetmek mümkün olmayacaktır (Kaya ve Ek, 2021: 81).

Düşük maliyetli çevre politikaları geliştirmek için hedefler ve çevresel sürdürülebilirliğin ana ilkeleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Moldan vd., 2012: 6):

- Doğal kaynakların verimli yönetimi yoluyla evrenin bütünlüğünün korunması
- Karar verme için bilgilerin iyileştirilmesi (göstergeler aracılığıyla ilerlemenin ölçülmesi)
- Çevresel ve sosyal arayüz (yaşam kalitesinin iyileştirilmesi)
- Küresel çevre taahhüdü (iyileştirilmiş yönetişim ve işbirliği)
- Geri dönüştürme işlemlerini gerçekleştirmek
- Tehlike arz eden ve çevreyi kirleten maddelerin etrafa salınımını engellemek
- Yenilenemeyen kaynakların verimli kullanması (yenilenebilir kaynaklarla değiştirilmek üzere)
- Zaman sınırı olmadan uzun vadeli bakış açısı geliştirmek

- Geri bildirimler dikkatlice üzerinde durmak
- Zaman ve mekan olarak farklı ölçekleri kullanmak
- Farklılık gösteren durumlara karşı tepki verme ve yaparak öğrenmede esneklik
- Doğanın ve biyolojik çeşitliliğin korunması

Çevre, insanların ve diğer canlıların hayatlarında etkileşim içinde oldukları fiziksel, biyolojik, sosyal, iktisadi ve kültürel çevre şeklinde tanımlanmaktadır (Tıraş, 2012: 60). Çevre, toprak, su, hava, hayvanlar, bitkiler, doğal ve tarihi zenginliklere dayalı kaynaklardan oluşmaktadır (Haftacı ve Soylu, 2007: 104). Çevresel faktörlerin canlıların yaşamına etkileri fazla olmaktadır. Çevre kapsamında sadece insan, bitki ve hayvan topluluklarından oluşan canlı faktörler değil; Ayrıca iklimde, havada, suda ve dünyada kendiliğinden olan başka cansız etkenler de vardır.

Sürdürülebilirliğe çevresel bir çerçeveden bakan Bonn ve Fisher (2011: 5-6), sürdürülebilirliğin temel ilkelerine, fiziksel kaynakların etkin kullanımına, yenilenemeyen kaynakların tükenmesi gibi problemlerin ele alınmasına, sanayileşmenin biyoçeşitlilik üzerindeki etkilerine ve üretime bağlı kirliliğe odaklandıklarını belirtmişlerdir.

Çevresel sürdürülebilirlik, gereksinimleri karşılamak için kullanılan doğal kaynakları koruyarak, üretim ve tüketim sürecinde zararlı israfları önleyerek, üretilenleri en aza indirerek veya ortadan kaldırarak ve refah düzeyini artırarak sürdürülebilirliğe katkı sağlamayı amaçlamaktadır (Küçükoğlu, 2014: 22). Çevresel sürdürülebilirlik açısından kurumlar, canlı ve cansız tüm varlıklarla birlikte ekosistem üzerindeki etkiye (Tuna, 2014: 28) odaklanmakta ve sürdürülebilirlikleriyle ilgili birtakım faaliyetler geliştirmektedir. Firmalar doğa ile uyumlu faaliyet yürüttüklerinde, doğaya katkıda bulunarak ve ona zarar vermeden işlerini yürütebilir ve faaliyet gösterebilir, böylece prestij ve ekonomik fayda sağlayabilirler. Aksi takdirde bilinçli veya kasıtsız olarak doğaya zarar veren bir işletme zarar görecektir (Hitchcock ve Willard, 2009: 9). Sürdürülebilir çevre yönetimi için bazı çalışmalar yapılmaktadır. Nibeza (2015) bu alanda yapılabilecekleri şu şekilde sıralamaktadır:

Tablo 1.
Sürdürülebilir Çevre Yönetimi Konusunda Yapılabilecek Çalışma Örnekleri

YAPILACAKLAR	AÇIKLAMALAR
Tarım mekanizmalarının geliştirilmesi	Tarım mekanizmaları, aşırı kullanıma uygunsuz arazi kullanımına ve küresel iklim değişikliği sebebiyle hava koşullarındaki değişikliklere karşı hassastır.
Orman Yönetiminin Teşviki	Tarım arazisi elde etmek, yapılaşma alanlarının kentleşmeye açılması, küresel iklim değişikliği ve sanayileşme girişimleri orman kaybına neden olabilir.
Ekosistem ve doğal su kaynaklarına yönelik tehditler ile savaş	Doğal ve insan kaynaklı kirlilik, doğal su kaynakları ve ekosistemler için bir tehdittir.
Deniz ekosistemlerine ve balıkçılığa yönelik tehditlerin değerlendirilmesi	Aşırı deniz ürünleri avı ekosistemi bozacak ölçüde kayıplara ve kirliliğe neden olabilmektedir
Hava ve su kirliliğine karşı mücadele	Aşırı üretim ve tüketim ve kötü yönetim, çevresel olarak sürdürülebilir olmaması hava ve su kirliliğine neden olmaktadır.
Küresel iklim değişikliğinin azaltılması	İnsan davranışları, Dünya'nın iklimini ve yaşayabilirliğini değiştiriyor. Bilhassa ormanların tahribi ve fosil yakıtlara bağımlılık, sera gazı salınımını artırıyor.
Kurumların güçlendirilmesi ve yönetişim	Firmalar ve hükümet, etkili çevre stratejileri oluşturmak ve uygulamak için ücretli uzmanlar, ekipman ve firma bütçelerinin olmaması sebebiyle zayıftır.
Piyasa başarısı	Çevresel sürdürülebilirliğin zorluğu, çevresel mal ve hizmetlere yönelik piyasaların işletilememesi ve çevreye zararlı piyasa yapılara son verilememesidir.
Sürdürülebilir kalkınma için bilim ve teknolojinin kullanılması	Bilim ve teknolojiye yatırım yapmak, iktisadi faaliyetlerde kullanılan doğal kaynakların verimliliği artırabilir.
Çevresel sürdürülebilirliğin oluşturulması ve çevrenin yönetimi için kaynakların çoğaltılması	Çevresel stratejilerin uygulanmasını tasarlayabilecek ve yönlendirebilecek yeterli uzman eksikliğini gidermek için bir adım olarak kabul edilmektedir.
Ekolojik yaşamın teşvik edilmesi	İnsanların doğayla uyum içinde yaşadığı, çevreyi koruduğu ve sürdürülebilir duruma getirdiği bir yaşam biçimidir.
Genç nesillere çevre yönetimi bilincinin aşılanması	İnsanların gençliğinden başlayarak çevre yönetiminin bir parçası olmak kilit rol oynayabilir.

Kaynak: Nibeza, 2015: 22-23

Çevre yönetiminin gerçekleştirilebilmesi için deniz, toprak ve hava gibi bileşenler üzerinde çalışılması gerekmektedir. Ayrıca insanların, firmaların, ticari işletmelerin ve diğer paydaşların bir bütün olarak çalışması gerekmektedir.

Sürdürülebilir kalkınmanın ayrılmaz bir fonksiyonu çevresel sürdürülebilirliktir. Çevreye olan ilişkileri sebebiyle hissedarlar, işgörenler, müşteriler ve toplumla birlikte firmalar için çevre önemli bir paydaştır. Firmaların, tüketicilerin ve hükümetler yaptıkları işler sebebiyle çevreyi

etkilemektedir. Çevresel problemler üzerinde tartışan işletmeler için geçerlilik, rekabet gücü ve ekolojik sorumluluk olmak üzere üç motivasyon vardır (Prasad, Mishra ve Bapat, 2019: 374-375). İnsanların ve doğanın birlikte uyum içinde yaşayabileceği ve gelecek nesillerin sosyal, iktisadi ve çevresel gereksinimlerinin karşılanmasına olanak tanıyan koşulların yaratılması ve sürdürülmesi çevresel sürdürülebilirlik olarak tanımlanabilir (U.S. Energy, 2020).

Çevresel sürdürülebilirliği sağlamanın en önemli yollarından biri de teknolojiden ekolojik sorunları önleyecek şekilde yararlanmaktır. Çevresel adaletin sağlanmasına yönelik yasal düzenlemelerin yapılması aktörler üzerinde caydırıcı bir etki yaratabilir. Toplumsal değişim süreci olarak çevreye yönelik tüm radikal adımların ve düzenlemelerin hayata geçirilmesi, toplumda benimsenmesini ve katılımın etkinleştirilmesini beraberinde getirecek ve sürdürülebilir yaşama önemli katkılarda bulunulacaktır (Tekeli ve Ataöv, 2017: 89-120).

Yeşil ve temiz bir dünyada yaşamak, çevresel sürdürülebilirliği sağlamak, işletmelerin çevreye ve topluma karşı sosyal sorumlulukları, onların gelecek planlarını, beklentilerini, faaliyet ve uygulamalarını çevreye duyarlı bir şekilde yürütmelerini yeniden gözden geçirmelerine yol açmaktadır. Böylece işletmeler yeşil yönetimi, çağdaş bir yönetim sistemi olarak benimsemektedir (Şenocak ve Mohan Bursalı, 2018: 165).

Çevresel Duyarlılık

Çevresel olumsuzlukları ortadan kaldırmak, işletmelerin en önemli sosyal sorumluluğudur. İşletmelerin çevresel sorumluluklarını yerine getirebilmeleri için üretim yönetimi ile ilgili kararlarda çevreye duyarlı olmaları ve üretim fonksiyonunu çevre özellikleri ile birlikte değerlendirmeleri gerekmektedir. Çevre bilinci son yıllarda hızla artmaktadır ve organizasyonlar çevreye olan duyarlılıklarını kanıtlamak ve tüketicilerin bu doğrultudaki beklentilerini karşılamak için çevre dostu üretim teknolojileri kullanmaya yönelmektedir (Yücel ve Ekmekçiler, 2008: 320).

Çevre sorunlarının dünya gündeminde daha fazla tartışılmasıyla, bu sorunların ortaya çıkmasında temel etken olan insanların çevrelerine karşı tutum ve farkındalıkları daha fazla sorgulanır duruma gelmiştir. Çevre sorunlarının çözümünde ve azaltılmasında çevre duyarlılığı ve bilincinin önemli olduğunun anlaşılması ile birlikte çevre eğitiminin sürdürülebilirlik üzerindeki rolü artmıştır (Oğuz, Çakçı ve Kavas, 2011: 34).

Çevre eğitimi öncelikle insanları çevre ve çevre sorunları hakkında bilinçlendirmeyi amaçlarken, bireyin problem çözme sürecine aktif olarak katılmasını sağlamaktadır. Çevre eğitiminin etkili yürütülebilmesi için sınıf içi etkinliklerin öncelikle programlardaki değerlerle ilişkilendirilmesi gerekmektedir. Bireylere verilecek değerler eğitiminin çevre bilinci ile birlikte olumlu tutumlar kazandırmada çok önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir. Bunun nedeni insanların yaşama bakış açıları, tutum ve davranışları öncelikle benimsedikleri değerler tarafından belirlenir. Ayrıca değerler, insanların genel gereksinimleriyle sosyal yaşamdan beklentileri arasında ilişki kurarak bireyi sosyal hayat ile problemsiz bir şekilde bütünleştirmektedir (Topkaya, 2016: 260).

Dünyada sanayi devriminden sonra teknolojinin gelişmesine bağlı olarak hızlı nüfus artışı ve kentleşme, doğanın bilinçsizce kullanımı ve üretim ve tüketim gittikçe artmıştır. Doğal kaynaklar yani çevre hem üretim hem de tüketim sırasında kullanıldığından gerekli önlem ve tedbirler alınmadığı takdirde insanlığı yaşanamayacak bir çevre beklemektedir. Küresel anlamda çevreyi korumak ve geleceğe yaşanabilecek bir çevre bırakmak insanlığın çok ciddiye alması gereken konular arasındadır (Tufaner F., Tufaner Ç. ve Dere, 2020: 13).

Çevreye gösterilen duyarlılık, "çevre problemlerine karşı olumlu girişimlerde bulunmaya istekli olmak" olarak tanımlanabilir (Çalışkan, 2002: 3). Bireylerin ve farklı sosyo-ekonomik ve kültürel grupların çevreye gösterdikleri duyarlılıkların belirlenmesi ve bunları geliştirmeye yönelik tedbirlerin alınması, direkt veya dolaylı birçok fayda sağlayacaktır. Bunlar şu şekilde sıralanmaktadır (Yücel vd., 2006: 218):

- İnsanların çevresel duyarlılık düzeyi, çevre sorunlarına kişisel ve ulusal bazda önem vermeyi amaçlayan siyasi kararlara alan hazırlaması yönünden önemlidir. Böylece duyarlılık düzeyinin artmasına bağlı olarak çevre problemlerine karşı kalıcı önlemler geliştirilebilecektir.
- Çevre dostu bir tüketici modelinin oluşması geri dönüştürülebilir malzemelere olan talebi artıracaktır. Bu olgu, dolaylı olarak da olsa sınırlı ulusal kaynakların kullanımını uzatacak ve dışa bağımlı hammadde talebinin en düşük seviyede kalması nedeniyle ekonomik gelir getirecektir.
- Çevre bilincinin arttırılması, toplumun kişisel ve organizasyonel bazda yanlış davranışlara kayıtsız kalmamasını ve bunlara tepki vermesini sağlayacaktır. Sonuç olarak çevrenin bilinçli kullanımı sağlanacaktır.
- Önümüzdeki yıllardaki gelişmelerin çevre bilinci düzeyine göre belirlenmesi, bu konudaki eğitim çalışmalarının kapsam ve içeriğinin bu düzeye göre belirlenmesini gerektirmektedir.
- Çevre bilinci artırılarak sürdürülebilir kalkınmanın temelini oluşturan kaynakların optimum kullanımı toplumsal düzeye indirilecektir.

Çevre bilinci yüksek olan bireyler, çevresel bozulma ve diğer çevre sorunları ile daha fazla ilgilenirler ve çevre sorunlarına karşı duyarlı olma eğilimleri artar (Dunlap ve Jones, 2002). Bu bilince sahip bireylerin daha çevre dostu davranışlar sergiledikleri ortaya çıkmıştır (Cheema vd., 2020). Çevre bilinci ve yeşil kaygı, tüketimin azaltılması, zararlı veya israflı tüketim kalıplarının değiştirilmesi, atıkların toplanması, çevre dostu ürünlerin seçilmesi, çevre dostu/yeşil ürünlerin kullanımına yönelik kampanyaların düzenlenmesi gibi insanların tüketim davranışlarını çeşitli şekillerde etkilemektedir (Suki, 2013: 50).

Çevresel duyarlılığı olan işletme, yeşil çevreyi karar verme süreçlerinde önemli ve etkili bir faktör olarak kabul eder, işletme uygulamalarında çevreye verilen zararın minimazsyonunu sağlamayı veya tamamen bitirmeyi amaçlar ve bu bağlamda tasarımını, ürünlerin ambalajlanmasını ve üretim süreçlerini değiştirir. Bu durum ekolojik çevreyi koruma felsefesini iş kültürüne yerleştirmeye ve topluma karşı görevlerini sosyal sorumluluk kapsamında yerine getirmeye çalışan işletmelerin benimsediği bir anlayış olarak tanımlanmaktadır (Nemli, 2001:

212). İşletmelerin çevre sorunlarına yaklaşımları ve çözüm önerileri çevre sorunları ortaya çıktıktan sonra bulunmamalı, işletmeler bu sorunlara karşı proaktif bir yaklaşım benimsemeli ve çevre sorunlarını tüm faaliyetlerine entegre etmelidir. İşletmeler kirlilik önleme teknolojileri için daha fazla kaynak tahsis ederse, çevre sorunlarına proaktif bir yaklaşım sağlanabilir. Çevre sorunlarına proaktif bir yaklaşım öngören çevreye duyarlı üretim; üretim yönetimi kararlarının çevre yönetim ilkeleriyle bütünleştirilmesi sonucunda elde edilebilir (Yüksel, 2003: 21).

Günümüzde işletmeler kar amacının yanı sıra çevreye ve toplumsal olaylara duyarlı hareket ederek amaçlarını gerçekleştirmek istemektedir. Organizasyonlar rekabet şartlarında ayakta kalabilmek ve karlılıklarını artırabilmek için faaliyetlerini devam ettirirken çevreyi çift yönlü etkilerler. Böylece organizasyonların çevrenin korunmasını sağlayacak düzenlemelere ve bilim ve teknolojilere yatırım yapmaya başlaması, ulusal/uluslararası pazarlarda olumlu hız kazanmalarını sağlar (Akatay ve Aslan, 2008: 315).

İşletmelerin çevreyi korumak ve doğal dengeyi sağlama sorumluluklarından biri de çevreyle ilgili yürüttükleri araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) faaliyetleridir. Firmalar yeşil Ar-Ge faaliyetleri ile çevre koruma projeleri geliştirirken, çevreye olan etkilerini de ölçer ve rejeneratif çalışmalar yürütürler (Ceyhan ve Ada, 2015: 120). Aynı sanayi alanında aktif olarak çevre dostu bir yönetimle yönetilen firmalar, başka firmalara göre çeşitli hususlarda avantaj sağlamaktadır. Aynı sektörde Ar-Ge sonucunda yasal zorunluluklara gösterilen çabalarla ortaya çıkan yenilikler ve şirkete has organizasyon yetenekleri, firmaya rekabet avantajı sağlar ve uluslararası pazara girmesini kolaylaştırır (Akdoğan, 2003: 117; Larson vd., 2002: 1057).

İşletmeler için eğitim kavramı; ekonomik, sosyal ve çevresel boyutta ele alınmaktadır. Sürdürülebilir iş, ekonomik politikaların çevre politikası ve değerlendirmesiyle bütünleşmesini gerektirir. İşletmeler için eğitim kavramı; "girişimci ve pay sahiplerinin ihtiyaçlarını karşılayan işletme stratejilerinin benimsenmesinin ve uygulanmasının yanı sıra gelecekte ihtiyaç duyulacak birey sağlığı ve doğal kaynakların korunması" anlamına gelir (Kavut, 1999: 150). Sürdürülebilirliği geliştirmeyi amaçlayan işletmeler (Rubenstein, 1994: 38) ve sürdürülebilir işletme için kabul edilen yeterli koşullar şu şekilde sıralanmaktadır (Keijers, 2002: 352):

- İnsanların sağlıklı ve iyi bir çevrede yaşamasına saygı duyarak, eylemleriyle meydana gelebilecek hayati tehlikeleri en aza indirmek,
- Doğal kaynakları sorumlu bir şekilde kullanmak, biyolojik çeşitliliği bugünün ve gelecek nesillerin çıkarları için korumak ve sürdürmek,
- Biyosferin işlev görmesi için gerekli olan doğal süreçleri ve çevresel sistemleri korumak ve doğal kaynaklardan elde edilen faydaların sürekliliğini sağlamak için gerekli çalışmaları yapmak,
- Çevreyi korumak için standartlar geliştirmek ve bunlara uymak,
- Sürdürülebilir verimliliği gerçekleştirerek yenilenebilir kaynakların oluşturulmasını sağlamak,
- Hava, su ve toprağa verilen emisyonların kanunların kabul ettiği kritik dirençleri aşmamasına özen göstermek,

İşletmelerde bir çevre politikasının varlığı, çevre duyarlılığının çıkış noktası olarak kabul edilebilir. Bu doğrultuda Aydın ve Bedük'ün (2010: 410) yaptığı araştırmada işletmelerin yüzde 83'ünün yazılı veya yazılı olmayan herhangi bir çevre politikasının olmadığı, bu durumunda çevre duyarlılığı açısından zayıf olduklarını göstermektedir. Çevre politikası olan firmalarında sadece bir tanesi çevre politikalarının tüm personele açıklandığını, üç tanesi ise bazı personele açıklama yaptıklarını ifade etmişlerdir. İşletmelerden 16'sı çevresel faaliyetlere bütçe ayrıldığını, 19'u ise ayırmadığını belirtmiştir. Çevreye bütçe ayırdıklarını belirten işletmelerden bazıları, kurmayı planladıkları arıtma tesisleri için ön görüşmeler yaptıklarını söylemiştir. Çevre politikası olmayan firmalarda bile çevreye bütçe ayırmak çevre bilinci için bir ön adım olarak kabul edilmiştir. Lakin bu firmaların bir kısmı, ayırdıkları bütçenin çevre düzenlemesi için harcandığını ifade etmiştir. Bu firmaların çoğunluğu "üretim sonucu oluşan atıkların azaltılması" gerektiğini belirtmiştir.

Sonuç olarak çevreye duyarlı işletme faaliyeti, çevreyi korumak, doğal kaynakları verimli kullanmak ve gelecek nesillere yaşanabilir bir çevre bırakmak amaçlarına yönelik hareket eden bir süreçtir. Bunu sağlamak için organizasyonların çeşitli faaliyetlerinde çevre bilinci ile yapılan projelerin arttırılması gerekmektedir. Çevreye duyarlı projelerin geliştirilmesi ancak sanayi kuruluşları, hükümetler, yerel yönetimler, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları ve araştırma kurumlarının birlikte çalışması durumunda mümkün olacaktır (Ceyhan ve Ada, 2015: 134).

Sürdürülebilirlikte Çevresel Duyarlılığın Önemi

Ekoloji disiplini, insanın yaşadığı çevre ile ilişkisini incelemektedir. "Çevre", "ekoloji" ve "sürdürülebilirlik" kavramlarının yorumları farklı ideolojiler ve yaklaşımlara bağlı olarak farklılık göstermektedir. Nüfus artışı, sanayileşme, üretim-tüketim biçimleri ve benzeri birçok faktöre bağlı olarak gelişen çevresel süreç değerlendirildiğinde farklı bilim alanları ve disiplinlerde araştırılmaktadır. Bu faktörlerin yanı sıra yönetim ve politika ilişkileri veya davranış psikolojisi gibi sosyal araştırma alanları, üretim-tüketim kalıpları ve iktisadi mekanizmalar çevrenin oluşumundaki etkenleri oluşturmaktadır (İncedayı, 2004).

İnsanoğlu var olduğu günden itibaren çevre ile direkt etkileşimdedir. Refah seviyesini arttırmak için kullanmakta ve gelişen teknolojinin de etkisiyle çevresini devamlı farklılaştırmaktadır. Ancak doğal kaynakların devamlı olarak kullanımı ve refahın arttırılması için çevrenin değiştirilmesi, kaynakların tükenmesine, çevresel bozulmaya, insanlığın ve diğer canlıların geleceğini tehdit eden kirliliğe neden olmaktadır. İnsan refahının iyileştirilmesi sürekli olacak ise, doğal kaynakların ve çevrenin sürekliliğini sağlamak gerekmektedir. (Kaypak, 2011: 26).

Dünyada küresel ısınma, hava kirliliği, kuraklık, doğal su kaynaklarının tükenmeye başlaması insanlığın geleceğini tehdit eden problemler olarak görülmektedir. Sosyal sorumluluk hedefi olmayan ve küreselleşme halkasına kapılan bir Dünya'nın geleceğinin olmayacağı düşünülmektedir. Bu nedenle sürdürülebilir kalkınma ve insanların çevre bilincinin oluşturulması hayati önem kazanmaktadır (İstanbul Üniversitesi Açık Öğretim Ders Notu).

Küresel ısınmanın ortaya çıkardığı iklim değişikliği, günümüzün en önemli küresel sorunlarındandır. Bu sorun beraberinde doğal afetlerin artması, su kaynaklarının azalması, birçok canlı türünün yok olması gibi sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (Şeker ve Hacıeminoğlu,2021). Fosil yakıtların kullanılması, arazi kullanım farklılıkları, ormansızlaşma ve endüstriyel süreçler gibi insan faaliyetlerinin sonucu atmosfere salınan sera gazı birikimlerinin artışı, doğal sera etkisinin ve bunun neticesinde ortaya çıkan etkilerin güçlendirilmesi ve dünyanın ortalama yüzey sıcaklıklarında meydana gelen artış iklim değişikliği olarak ifade edilmektedir. İnsan kaynaklı iklim değişikliği ile mücadelede azaltım ve uyum şeklinde iki önemli yaklaşım vardır. Bu iki genel yaklaşımdan ilki azaltım, insan kaynaklı iklim değişikliğini önlemek veya yavaşlatmak için gerekli önlemleri almayı amaçlamaktadır. Uyumsa toplumu ve ekonomileri iklim değişikliğinin olası etkilerine yönelik hazırlamayı amaçlayan uyum politikalarını içermektedir (Doğan ve Tüzer, 2011:159).

Çevre problemleri ile baş etmek ve sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirmek yalnızca yasalar ve teknolojiyle değil, bireysel davranışların değiştirilmesiyle de mümkündür. Davranışları değiştirmek, çevreye karşı olumlu bilinç, değer yargıları ve tutum oluşturmak için etkili bir eğitimin önemi yadsınmamalıdır (Kaya, Akıllı ve Sezek, 2009: 44). İnsanların çevrelerine karşı davranışları, tutumları ve çevreye duyarlılıkları hakkında bilgi vermektedir (Çabuk ve Karacaoğlu, 2003: 191). İnsanlara etkili ve verimli sürdürülebilirlik eğitimi verilmeli, çevre bilinci oluşturulmalı, çevreye duyarlı bireyler yetiştirilmelidir. Çevre problemlerinin yönetilemez hale gelmesi, sürdürülebilirlik için eğitimin önemini daha da arttırmaktadır (Alım, 2006: 600).

18. yüzyılda başlayan hızlı nüfus artışı çevre problemlerini de beraberinde getirmiş, gelişen teknoloji ile doğal kaynakların kullanımı artmıştır. Geçmişte sınırsız ve özgür kabul edilen doğa, modern toplumlarda artan üretim faaliyetleriyle kısıtlı bir sermayeye dönüşmüştür (Toros, Ulusoy ve Ergöçmen, 1997: 38). Yapılan bir araştırmada, Türkiye'de katılımcıların yaklaşık yüzde 97'si küresel ısınma ve sera etkisi, yüzde 86'sı yetersiz su kalitesi, yüzde 86'sı canlı yaşam ve biyolojik çeşitliliğe, yüzde 84'ü kötü temizlik ve mikrobiyal hastalıklara, yüzde 81'i yetersiz hava kalitesine sahiptir ve yüzde 98'i nehir, göl ve denizlerin kirlenmesini sorun olarak gördüğünü belirtmektedir (İstanbul Üniversitesi Açık Öğretim Ders Notu).

Çevrenin sürdürülebilirliği, sürdürülebilir kaynaklar kapsamında; kaynakların kullanım düzeyi, kaynakların yenilenme düzeyini asla geçmemelidir. Doğal sermayenin korunmasında kural, kaynak stoklarının zaman içinde varlığını sürdürmesi gerektiğidir. Sürdürülebilir kaynak stoku zamanla azalmamalı, kaynakların tükenmesi durumunda sürdürülebilir kaynaklar ve sermaye miktarı artırılmalı ve tükenen kaynaklar yerinde konulmalıdır (Çetin, 2006: 4). İktisadi gelişmenin devamını sağlamak için ekolojik sistemin korunması ve sürdürülmesi gerekliliği önemli olmaktadır.

Dinamik bir süreç olan insanın doğaya karşı tutumu ve etkileşiminin toplumsal gelişme ve kültürel süreçlere paralel olarak niteliğinde farklılık görülmekte ve koşulların ve toplumsal ekolojinin bir parçası olarak geliştiği görülmektedir. Dolayısıyla "sürdürülebilirlik" kavramının siyasi, kültürel, sosyal, iktisadi, idari ve benzeri boyutlarıyla ele alınması gerekmektedir. Bu

yaklaşım, problemlerin sebeplerinin ve gelişimlerinin incelenmesini gerektirmekte ve doğal olarak meslekler ve toplum arasındaki ilişkinin önemini ortaya koymaktadır (İncedayı, 2004).

SONUÇ

Çevre, canlıların içinde bulunduğu yer veya koşullardır. Sağlıklı bir çevre, canlıların sağlıklı bir yaşam sürmesinin ön koşuludur. Sağlıklı bir çevrenin varlığı, insanların yaşadıkları çevreye karşı duyarlı olmaları ve buna göre davranış göstermeleri ile mümkündür. Ancak özellikle sanayi devriminden sonra nüfusun artması, insan ihtiyaçlarının artmasına neden olmuş ve teknolojik gelişme üretimi artırmış ve doğal kaynak tüketimini daha zorunlu hale getirmiştir. Bu durum, insanın sınırsız bir kaynak olarak gördüğü çevreyi küçümsemesi ve kirletmesi sonucu çevre sorunlarına yol açmıştır. Bu nedenle çevre sorunları tüm devletlerin giderek daha fazla ilgisini çekmiştir. Devletler ekonomik büyümeden vazgeçmeden çevre ve kalkınma arasında bir denge kurmaya çalışmış ve bu sorunları önlemek ve ortadan kaldırmak için yeni politikalar üretmişlerdir. Geliştirilen bu kavramlardan biri de doğal kaynakların tamamen tüketilmeden gelecek nesillere aktarılması anlamına gelen sürdürülebilir kalkınma kavramıdır. Bu anlayış çerçevesinde mevcut nüfusun ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılan doğal ve kültürel kaynaklar, gelecek nesillerin ihtiyaçları göz önünde bulundurularak daha özenli ve dikkatli kullanılmalıdır. Bu sayede kalkınmanın ve çevrenin ayrılmazlığı fikri süreklilik kazanacaktır. Bu da ancak çevreye duyarlı bireylerin varlığı ile mümkün olacaktır. Bireylerin ve farklı sosyo-ekonomik ve kültürel grupların çevreye karşı olumlu tutum ve davranışlar geliştirmesi için de hükümetler, sanayi kuruluşları, eğitim kurumları, üniversiteler, yerel yönetim kuruluşları, sivil toplum örgütleri, aileler kısacası tüm paydaşlar üzerlerine düşen görev ve sorumlulukları yerine getirmelidir.

İşletmeler faaliyetlerini sürdürürken çevresel ve toplumsal sorumluluklarını yerine getirmelidir. Bir sosyal sorumluluk anlayışı olarak faaliyetlerini ve yönetim stratejilerini belirlerken çevrenin ve doğal dengenin korunmasında öncülük etmeli, tüketiciler ve toplumla yakın işbirliği içinde olmalıdır. Bu anlamda çevreye karşı sorumluluklarını yerine getirmeleri için teşvik edilmeleri ve desteklenmeleri de önem kazanmaktadır. İşletmeler, personellerine çevre konusunda eğitimler vermeli, üretim yaparken sürdürülebilir enerji kaynaklarını kullanmalı, yeşil teknolojileri tercih ederek geri dönüşüm faaliyetlerini gerçekleştirmeli ve atık yönetim sistemleri kurmalıdırlar. Organizasyonların çevresel sürdürülebilirlik kapsamında yeşil yönetimi önemsemesi, doğal çevrenin korunmasını sağlayacak ve dünyayı daha yaşanabilir hale getirecektir. Organizasyonlar çevreyi koruyarak daha uzun süre faaliyetlerini devam ettirebilecekler, ayrıca toplumun ve tüketicilerin bilinçlenmesine, çevreye daha duyarlı olmasına, doğal dengenin ve çevrenin korunmasına da önemli katkılar sağlayacaklardır.

Sürdürülebilir kalkınmanın amaç ve hedefleri, insan, çevre, teknoloji ve ekonomi açısından değerlendirilmektedir. Ekonomik açıdan sürdürülebilir kalkınma, yaşam biçimini değiştirerek verimliliği artırmak, enerji ve doğal kaynakların kullanılmasında dikkatli davranmak, kaynak kullanımını en aza indirecek temiz üretim teknolojilerini kullanmak, dengesiz gelir dağılımını düzeltmek ve sağlık koşullarını iyileştirmek, eğitim ve sosyal hizmetlerde adaleti sağlamaktır.

Sürdürülebilir kalkınma için; Nüfus artışının insani açıdan dengelenmesi, kırsal kalkınmanın sağlanarak kentlere göçün önlenmesi, kentleşmenin yarattığı çevre sorunlarının olabildiğince azaltılması, iyileştirilmiş eğitim standartlarının yürütülmesi, sağlık hizmetlerine erişimin artırılması, kültürel çeşitliliğin korunması, toplumsal durumun iyileştirilmesi, kadınların eğitimine önem verilmesi ve sağlık, çevre koruma eğitimlerine başlanması/yayılması gerekmektedir.

Çevresel hedefler yönünden sürdürülebilir kalkınma; Su kaynaklarının ve tarım arazilerinin kullanımında verimliliğe önem vermek, verimliliği artıracak teknolojiler geliştirmek, biyo-çeşitliliği korumak, doğal kaynakları korumak, sulama tekniklerini daha dikkatli kullanmak, aşırı kullanımı önlemek, tarım dışı faaliyetlerde verimli tarım arazilerinin kullanılmaması, tarım arazilerinin alan açısından genişletilmesinin engellenmesi, orman ve sulak alanların tahribatının sona erdirilmesi veya en aza indirilmesidir.

Sürdürülebilir kalkınmanın teknolojik hedefleriyse, ekosistemi kirletmeyen, doğal kaynakların kullanımını azaltan, küresel karbon dioksit (CO2) emisyonlarını sınırlamak için karbon emisyonlarını azaltan ve stabilize eden daha verimli ve daha temiz teknolojilerle mevcut olanları değiştirmektir. Zamanla, fosil yakıtların kullanımını azaltarak, enerji kaynaklarını sürdürülebilir hale getirerek, alternatif enerji kaynakları geliştirerek, ozon tabakasını korumak için kloroflorokarbon (CFC) kullanımından hızla vazgeçerek, doğal çevreyi desteklemek, geleneksel ve çevreyi kirleten teknolojilerin kullanımını terk ederek, geri dönüşüme ve toplu taşımaya önem verilmesi ve sistemlerin geliştirilmesidir. Tüm bu atılımlar, sürdürülebilir çevre duyarlılığının ve bilincinin önemini ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

1. Akatay, A. ve Aslan, Ş. (2008). Yeşil Yönetim ve İşletmeleri ISO 14001 Sertifikası Almaya Yönelten Faktörler, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,** 1(10), 313-339.
2. Akdoğan, A. (2003). Çevreye **Duyarlı Yönetim ve İşletmecilik,** (1.Basım), Kayseri, Kayseri Ticaret Odası Yayınları.
3. Alım, M. (2006). Avrupa Birliği Üyelik Sürecinde Türkiye'de Çevre ve İlköğretimde Çevre Eğitimi, **Kastamonu Eğitim Dergisi,** 14, 599-616.
4. Aydın, M. E. ve Bedük, F. (2010). İşletmelerde Çevre Yönetimi ve Karaman İli İçin Bir Örnek Uygulama, **SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi,** 10(19), 403-414.
5. Bonn, I. and Fisher, J. (2011). Sustainability: The Missing Ingredient in Strategy, **Journal of Business Strategy,** 32 (1), 5-14.
6. Ceyhan, S. ve Ada, S. (2015). İşletme Fonksiyonları Açısından Çevreye Duyarlı İşletmecilik, **Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi,** 1(26), 115-137.
7. Cheema, S., Afsar B., El-Ghazali, B. M. and Maqsoom, A. (2020). How Employee's Perceived Corporate Social Responsibility Affectsemployee's Pro-Environmental Behaviour?" The İnfluence of Organizational İdentification, Corporate Entrepreneurship, And Environmental Consciousness, **Corp Soc Resp Env Ma,** 27, 616-629. https://doi.org/10.1002/csr.1826.
8. Çabuk, B. ve Karacaoğlu, C. (2003). Üniversite Öğrencilerinin Çevre Duyarlılıklarının İncelenmesi, **Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi,** 36 (1-2), 189-198.
9. Çalışkan, M. (2002). Yetişkinlerde Çevre Duyarlılığını Etkileyen Etmenler, **(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
10. Çamur, D. ve Vaizoğlu, S. A. (2007). Çevreye İlişkin Önemli Toplantı ve Belgeler, **TSK Koruyucu Hekimlik**

Bülteni, 6(4), 297-306.

11. Çetin, M., (2006). Teori ve Uygulamada Bölgesel Sürdürülebilir Kalkınma, **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,** 7(1), 1-20.
12. Doğan, S. ve Tüzer, M. (2011). Küresel İklim Değişikliği ile Mücadele: Genel Yaklaşımlar ve Uluslararası Çabalar, **Sosyoloji Konferansları Dergisi,** (44), 157-194.
13. Dunlap, R. and Jones, R. (2002). Environmental Concern: Conceptual And Measurement İssues, in (Eds. R. Dunlap, ve M. Michelson), **Handbook of Environmental Sociology** (pp. 482-542). London, Greenwood Press.
14. Dunphy, D.C. (2000). **Sustainability: The Corporate Challenge of The 21st Century**, Allen ve Unwin.
15. Hitchcock, D.E., Willard, M.L. and Willard, M. (2009). **The Business Guide to Sustainability: Practical Strategies and Tools for Organizations,** Earthscan.
16. Haftacı, V. ve Soylu, K. (2007). Çevre Kirlenmesi ve Çevre Koruma Bağlamında Çevre Muhasebesinin Önemi, **Muhasebe ve Finansman Dergisi,** 33, 102-120.
17. İncedayı, D. (2004). Çevresel Duyarlık Bağlamında Davranış Biçimi Olarak "Sürdürülebilirlik", **Mimarlık Dergisi,** 318, http://www.mimarlikdergisi.com/index.cfm?sayfa=mimarlik&DergiSayi=30&RecID=732, Erişim Tarihi: 28.11.2021.
18. İstanbul Üniversitesi Açıköğretim Ders Notu. (t.y.). **Küresel Bir Sorun Olarak Sürdürülebilir Kalkınma, Çevre Bilinci ve Değerler,** Küreselleşen Dünyada Toplumsal Meseleler, https://cdn-acikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/20_21_Bahar/kuresellesen_dunyada_toplumsal_meseleler/12/index.html Erişim Tarihi: 28.11.2021.
19. Kanbur, N. (2020). Sürdürülebilir Çevresel Gelişmenin Sivil Toplum Olgusuna Etkileri ve Kadıköy Örneği, **(Yüksek Lisans Tezi),** Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
20. Kavut, L. A. (1999). Çevre Muhasebesi: Genel Bir Bakış, **Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi,** 1(1).
21. Kaya, E., Akıllı, M. ve Sezek, F. (2009). Lise Öğrencilerinin Çevreye Karşı Tutumlarının Cinsiyet Açısından İncelenmesi, **Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,** 18, 43-54.
22. Kaya, F. ve Ek, H N. (2021). Kalkınmanın Çevre Sorunları Üzerine Etkisi: Sürdürülebilir Kalkınma Kavramına Bütüncül Bir Bakış, Şehir Sağlığı Dergisi, 2(2), 79-84.
23. Kaypak, Ş. (2011). Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre, **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi,** (20), 19-33.
24. Keijers, G. (2002). The Transition to the Sustainable Enterprise, **Journal of Cleaner Production,** 10.
25. Keleş, R. (1998). **Kent Bilimleri Sözlüğü,** 2. Baskı, Ankara, İmge Yayınevi.
26. Kılıçaslan, İ. ve Of, S. (2019). İşletme ve Çevre Duyarlılığı Açısından Sürdürülebilirliğin Maliyet Analizine Bakış, **Bayburt Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Dergisi,** 5, 35-41.
27. Küçükoğlu, M.T. (2014). Sürdürülebilirlik ve Yeşil Yenilik Perspektifinde Türk İşletmelerin İncelenmesi, **(Doktora Tezi),** İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
28. Kükrer, Ö. (2012) Tüketicilerin Çevresel Sorumluluklarının Yeşil Reklamlara Yönelik Tutumlarına Etkisi: Eskişehir Örneği, **Journal of Yasar University,** 26 (7), 4505-4525.
29. Larson, B., Nicolaides, E., Zubi, B., Sukkar, N., Laraki, K., Salah Matoussi, M. and Zaim, K. (2002). The Impact of Environmental Regulations on Exports: Case Study Results from Cyprus, Jordan, Morocco, Syria, Tunisia, and Turkey, **World Development,** 30, 1057-1072.
30. Moldan, B., Janousková, S. and Hak, T. (2012). How to Understand and Measure Environmental Sustainability: Indicators And Targets, **Ecological Indicators,** 17, 4-13.
31. Nemli, E. (2001). Çevreye Duyarlı Yönetim Anlayışı, İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 23-24, 211-224.
32. Nibeza, S. (2015). Sustainable Environment, a Key of Sustainable Development: a Key Study of Rwanda, **International Journal of Research in Economics and Social Sciences,** 5(6), 20-36.
33. Oğuz, D., Çakçı, I. ve Kavas, S. (2011). Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Çevre Bilinci, **SDÜ Orman Fakültesi Dergisi,** 12, 34-39.

34. Özkaya, B. (2010). İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Anlayışının Uzantısı Olarak Yeşil Pazarlama Bağlamında Yeşil Reklamlar, Öneri, 9(34), 247-258.
35. Prasad, M., Mishra, T. and Bapat, V. (2019). Corporate Social Responsibility and Environmental Sustainability: Evidence From India Using Energy Intensity As An Indicator of Environmental Sustainability, **IIMB Management Review,** 31 (4), 374-384.
36. Quinn, L. and Dalton, M. (2009). Leading for Sustainability: Implementing the Tasks of Leadership, **Corporate Governance,** 9(1), 21-38.
37. Rubenstein, D. B. (1994). **Environmental Accounting For The Sutainable Corporation: Strategies and Techniques,** USA, Grennwood Publishing Group Inc.
38. Suki, N. M. (2013). Green Awareness effect on Consumer Purchasing Decision: Some Insights From Malaysia, **IJAPS,** 2(9), 49-63.
39. Şeker, S. ve Hacıeminoğlu, E. (2021). **Sürdürülebilir Kalkınma ve İklim Değişikliği,** Ankara, İKSAD.
40. Şenocak, B. ve Mohan Bursalı, Y. (2018). İşletmelerde Çevresel Sürdürülebilirlik Bilinci ve Yeşil İşletmecilik Uygulamaları İle İşletme Başarısı Arasındaki İlişki, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,** 23(1), 161-183.
41. Tekeli, İ. ve Atöv, A. (2017). **Sürdürülebilir Toplum ve Yapılı Çevre,** (1.Basım), İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
42. Tıraş, H. H. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre: Teorik Bir İnceleme, **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Dergisi,** (2), 57-73.
43. Topkaya, Y. (2016). Doğal Çevreye Duyarlılık Değerinin Aktarılmasında Kavram Karikatürleri ile Eğitici Çizgi Romanların Etkililiğinin Karşılaştırılması, **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,** 13 (34), 259-272.
44. Toros, A., Ulusoy, M. ve Ergöçmen, B. (1997). **Ulusal Çevre Eylem Planı, Nüfus ve Çevre,** Ankara, Devlet Planlama Teşkilatı.
45. Tufaner, F., Tufaner, Ç. ve Dere, T. (2020). Yüksek Öğretimde Çevre Eğitiminin Yeri ve Önemi, İklim Değişikliği ve Çevre, 5(1), 13-17.
46. Tuna, Ö. (2014). Kurumsal Sürdürülebilirlik Yaklaşım Ve Uygulamaları: Kobi'lere Yönelik Bir Araştırma, **(Doktora Tezi),** Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
47. U.S Department of Energy. (2020). **Environmental Sustainability,** https://www.energy.gov/lm/listings/environmental-sustainability, Erişim Tarihi: 27.11.2021.
48. Ünal, S. ve Dımışkı, E. (1999). UNESCO-UNEP Himayesinde Çevre Eğitiminin Gelişimi ve Türkiye'de Ortaöğretim Çevre Eğitimi, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,** 16(17), 142-154.
49. Wilson, M. (2003). Corporate Sustainability; What Is It and Where Does It Come From?, **Ivey Business Journal,** 1-5.
50. Yılmaz, O. K. ve Toptaş, A. (2020). Sürdürülebilir Çevre Yönetiminde Ekolojik Turizmin Yeri ve Belediyelerin Bu Alandaki Çalışmaları Üzerine Bir Araştırma, Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, 29(3), 51-73.
51. Yücel, M. ve Ekmekçiler, Ü.S. (2008). Çevre Dostu Ürün Kavramına Bütünsel Yaklaşım; Temiz Üretim Sistemi, Eko-Etiket, Yeşil Pazarlama, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi,** 7(26), 320-333.
52. Yücel, M., Altunkasa, F., Güçray, S., Uslu, C. ve Say, N. P. (2006). Adana'da Çevre Duyarlılığı Düzeyinin ve Geliştirme Olanaklarının Araştırılması, **Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi,** 19 (2), 217-228.
53. Yüksel, H. (2003). İşletmelerin Çevreye Duyarlı Üretim Faaliyetlerinin Ampirik Bir Çalışma İle Değerlendirilmesi, **Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,** 14(2), 21-32.



20.

The Effect of Equal Opportunity and Poverty On Access to Qualified Education Included in Sustainable Development Goals

SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA AMAÇLARINDAN NİTELİKLİ EĞİTİME ULAŞMADA FIRSAT EŞİTLİĞİ VE YOKSULLUĞUN ETKİSİ

Dr. Naciye Kaya*
Dr. Vildan Durmaz**

ÖZET

Giderek küçülen dünyada, toplumların varlıklarını devam ettirebilmeleri, uluslararası alanda rekabetçi olmayı ve toplumu oluşturan bireylerin küresel değerleri göze alarak hareket etmelerini gerekli kılmaktadır. Ulusal ve uluslararası düzeyde, toplumların varlıklarını söz sahibi olarak sürdürebilmeleri, küresel dünyanın gerekliliklerini kazandırabilecek etkili eğitim sistemleri sayesinde olacaktır. Eğitimin ülke genelinde ve bölgeler arasında, köy-kent ve kadın-erkek tüm nüfusa eşit bir şekilde sunumu oldukça önemli bir konudur. Ülke geneline dengeli bir şekilde sunulan eğitim imkânları, dolayısıyla ülke kalkınmasını da hızlandırmış olacaktır. Çünkü eğitim düzeyinin yüksekliği, kalkınmayı etkileyen önemli bir faktördür.

2016 yılında yürürlüğe giren, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri arasında yer alan 1. hedef yoksulluğa son; 4. hedef nitelikli eğitim ve 10. hedef eşitsizliklerin

---

***Adalar Municipality, Istanbul-Turkey**
****Associate Professor Eskisehir Technical University**

azaltılması gelecek nesiller için hayatı yaşanabilir kılmayı hedeflemektedir. Bu çalışmada, eğitim sisteminde sunulan fırsatların eşitlik bağlamında değerlendirilmesi, eğitimde eşitlik, cinsiyet, sosyo-ekonomik düzey, yaşanılan bölge gibi faktörlerin etkileri ve eşitliğin sağlanmasında eğitim sistemi içerisinde roller ve sorumlulukların önemi ortaya konulmuştur. Eğitime ilişkin kararlarının alınmasında ailenin ekonomik geliri önemli bir belirleyicilik rolüne sahiptir. Bu eşitsizliği dengelemek için kamu erkinin dengeleyici kamusal politikaları önemli hale gelmektedir.

Eğitim sistemlerinde eşitliğin önemli ölçütleri olarak akademik başarı, sosyo-ekonomik düzey, cinsiyet ve eğitime erişim değişkenleri önemli rol oynamaktadır. Sistem içinde tüm aktörler -kamu kurumları, aileler, öğretmenler ve öğrenciler küresel hedeflere ulaşmada sorumluluklarının farkındalığını artırmalıdırlar.

Anahtar Kelime: Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, Yoksulluk, Nitelikli Eğitim, Fırsat Eşitliği

Jel Kodu: *Q56,I20,I28,I30*

Abstract

In an ever-shrinking world, the survival of societies necessitates being competitive in the international arena and the individuals who make up the society to act by taking into account global values. At the national and international level, the survival of societies as having a say will be possible thanks to effective education systems that can provide the necessities of the global world. It is a very important issue that education is provided equally to the entire population of the village-urban and male-female throughout the country and between regions. The education opportunities offered in a balanced way throughout the country will therefore accelerate the development of the country. Because the high level of education is an important factor affecting development.

The United Nations' Sustainable Development Goals, which came into force in 2016, focus on making life livable for future generations as releasing the first goal as reducing poverty; the 4th goal is quality education and the tenth goal is to reduce inequalities. in this study, the evaluation of the opportunities offered in the education system in the context of equality, the effects of factors such as equality in education, gender, socio-economic level, region of residence, and the importance of roles and responsibilities in the education system in ensuring equality are revealed. The economic income of the family plays an important role in making decisions regarding education. in order to balance this inequality, balancing public policies of the public power become important.

Content analysis, one of the qualitative research methods, was used to reveal social reality in the study. The variables of academic achievement, socio-economic level, gender, and access to education can be counted as important criteria of equality in education systems. It was concluded that these factors are directly related to academic achievement.

Key word: Sustainable Development Goals, Poverty, Quality Education, Equal Opportunity

Jel Codes: *Q56,I20,I28,I30*

GİRİŞ

2015 yılında, Birleşmiş Milletler'de üye devletler tarafından kabul edilen Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (Agenda 2030), bugün ve gelecekte insanlarımız, dünyamız için barış ve refah içinde ortak bir amaç sunmaktadır. Küresel bir ortaklık içinde, tüm ülkelerin geliştirdiği acil eylem çağrıları olan 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefinin özü; yoksulluğun ve diğer yoksunlukların azaltılması, sağlık ve eğitimin iyileştirilmesi, eşitsizliğin azaltılması, ekonomik büyümeyi teşvik eden stratejilerin ele alınması, iklim değişikliğiyle mücadele ve okyanuslarımız ile ormanlarımızı korumak olarak belirlenmiştir. Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri; İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, Uluslararası İnsan Hakları Anlaşmaları, Milenyum Beyanı ve 2005 Dünya Zirvesi Sonuç Belgesi'ne dayandırılmakta olup, 17 hedef ve 169 alt hedefe sahiptir (www.un.org).

BİRLEŞMİŞ MİLLETLER SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFLERİ

Birleşmiş Milletlerin Hedefleri, 1 Ocak 2016'da yürürlüğe girmiş ve 2030 yılına kadar kendi ülkelerinde, bölgesel ve küresel düzeylerde uygulamak için farklı ulusal gerçekleri, kapasiteleri ve gelişmişlik düzeylerini dikkate alınarak ulusal politikalara ve önceliklere önem vererek uygulanması gerektiği vurgulanmıştır. Şekil 1, sürdürülebilir kalkınmada 2030 yılına kadar ulaşılması öngörülen 17 hedefi göstermektedir. Her ülkenin kendi ekonomik ve sosyal gelişimi birincil sorumluluğu olup, hedeflerin uygulanması için gerekli araçları, finansal kaynakların harekete geçirilmesini, kapasite oluşturma ve çevresel açıdan sağlıklı teknolojilerin gelişmekte olan ülkelere karşılıklı olarak uygun koşullarla transfer edilmesi önerilmektedir.

Şekil 1. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri



Kaynak: UNDP Türkiye, 2021

Bireyin yaşam koşullarını belirleyen etmenlerin başında eğitim gelmektedir. Eğitimin ülke genelinde ve bölgeler arasında, köy-kent ve kadın-erkek tüm nüfusa eşit bir şekilde sunumu oldukça önemli bir konudur. Ülke geneline dengeli bir şekilde sunulan eğitim imkânları, dolayısıyla ülke kalkınmasını da hızlandırmış olacaktır. Çünkü eğitim düzeyinin yüksekliği, kalkınmayı etkileyen önemli bir faktördür (Buluç, 1997). Eğitim düzeyi yükseldikçe elde edilen fayda artmakta daha toplumsal açıdan sağlıklı koşullar sağlanabilmektedir. Bireysel ve toplumsal gelişim bağlamında J. Bentham'ın temelini atıp J. S. Mill'in geliştirdiği "eşitlikçilik" perspektifine göre eğitimin amacı bireysel gelişim potansiyelini mümkün olan en üst seviyeye çıkarmak olmalıdır. Böylece bencillik ile toplumsal fayda arasındaki uçurum aşılabilecektir (Cevizci, 2010). Başka bir deyişle eğitim sistemi sosyo-ekonomi ve sağlık gibi bireyin iradesi dışı etmenlerden bağımsız, her bireye eşit başarı ve gelecek fırsatı sağlayacak şekilde adilane işlemelidir. Çünkü okuldaki başarısızlık bireyi yaşamı boyunca olumsuz etkilemekte, düşük gelir düzeyi ve toplumsal yaşama uyum konularında zorluklar yaşamasına neden olmaktadır.

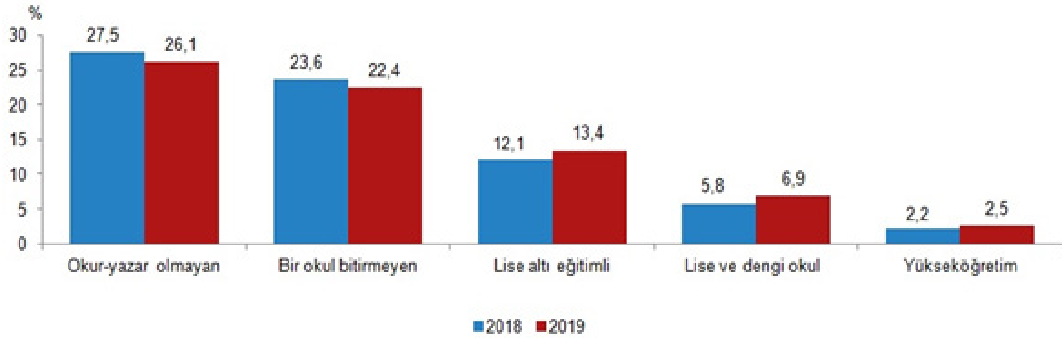
A. Hedef 4-Nitelikli Eğitim

Eğitimde fırsat eşitliğinin sağlanmasına yönelik uygulamalar, öncelikle yasal düzenlemelerin eğitim sistemini bütüncül dikkate alarak, eşitliğinin önündeki engellerin tespiti ile mümkün olabilir. Yasaların rasyonelliği çerçevesinde uygulamaların şekillendirilmesi, geçmiş verilerden hareketle geleceğe ilişkin planlama ve politikaların yapılandırılma düşüncesi bir başlangıç noktası olabilir.

Sistemdeki öğrencilerin başarıya ulaşmaları süreç içinde sağlanan fırsat ve imkânlarla ilgilidir. Fırsat, içinde bulunulan ortamda var olana alternatif bir seçeneğin olmaması ya da seçeneklere ulaşma olanaklarının bulunmaması durumunda başka taraflarca ortama koyulması veya kişinin elde edebileceği imkânların ortama dâhil edilmesi olarak düşünülmektedir. Diğer bir ifadeyle kişinin kendisi tarafından düzenlenemeyecek durumların oluşturulması, engellerin azaltılması olarak ifade edilebilir (Green, 1988). Bireyler ve içinde bulunulan ortamlar arasında hâlihazırda birtakım farklılıklar bulunmakta, bu farklılıkların da bazı engelleri oluşturduğu söylenebilir. Öğrencilerin eğitim sürecinden önce sahip oldukları bireysel özellikler, içinde bulundukları aile ve toplumsal çevresinde bulunan nitelikler üzerinde eğitim sisteminin kontrolü olamamaktadır. Fakat eğitim sistemi ve okuldaki süreçlerin başlangıçtaki özelliklerden de kaynaklanan olumsuzlukları azaltmaya ve fırsat eşitliği sağlamaya yönelik önlemler almaları, bireysel ve toplumsal eşitsizliklerin etkilerini azaltabilir. Var olan farklılıkların üzerine sunulan fırsatların etkisi güçlü olmakta, durumu iyileştirmekte ya da daha da kötüleştirebilmektedir. Burada önemli nokta herkese sunulan fırsatların aynı olmasından daha ziyade her bireyin ihtiyaç duyacağı potansiyele erişmesini sağlayacak nitelikte fırsatların sunulmasıdır. Var olan eşitsizliklerin giderilmesi, tüm bireylere eşit şart değil eşit başarı şansı tanınması için elde olan kaynaklar, saygı ve tanınma, sevgi, güç ve çalışma öğrenme gibi boyutların önemi ifade edilmektedir (Lynch & Baker, 2005). Yine bir durumda eşit fırsatların bulunması için öngörülen standartların geliştirilmesi, karşılaştırılması ve geçerliliğinin olması gerekmektedir (Westen, 1985).

Nitelikli eğitim UNDP' nin sürdürülebilir kalkınma amaçları içerisinde yer almaktadır. Bu amaca göre 2000 yılından bu yana, herkes için ilköğretim hedefinin başarılması yönünde büyük ilerleme kaydedilmiştir. Kalkınmakta olan bölgelerde toplam okullaşma oranı 2015 yılında %95'e ulaşmış; dünya genelinde de okula gitmeyen çocuk oranı yarı yarıya azalmıştır. Ayrıca, okuryazarlık oranlarında da büyük artış olmuş; okula giden kız çocuklarının sayısı en yüksek düzeye çıkmıştır. Bunların tümü çok önemli başarılardır. Gelişmekte olan bazı bölgelerde ise, ağır yoksulluk, silahlı çatışmalar ve diğer acil krizler nedeniyle, ilerleme kaydetmek oldukça zor olmuştur. Batı ve Kuzey Afrika'da silahlı çatışmaların devam etmesi, okula giden çocuk sayısında azalmaya yol açmıştır. Bu kaygı verici bir trenddir. Okullaşma oranları bakımından, Sahraaltı Afrika 1990'da %52 düzeyinden 2012'de %78 düzeyine çıkarak, tüm gelişmekte olan bölgeler arasında en yüksek ilerlemeyi kaydetmiş olmakla birlikte, hala büyük eşitsizlikler vardır. En yoksul ailelerin çocuklarının okulu bırakma olasılığı, en varlıklı olanların çocuklarına göre dört misli daha yüksektir. Kırsal ve kentsel kesimler arasındaki eşitsizlikler de yüksek olmaya devam ediyor. Herkes için kapsayıcı ve nitelikli eğitimin başarılması, eğitimin sürdürülebilir kalkınma için en güçlü ve denenmiş araçlardan biri olduğuna dair inancı yeniden vurguluyor. Bu hedef, 2030 yılına kadar tüm kız ve erkek çocuklarının ücretsiz ilköğretim ve ortaöğretimi tamamlamasını sağlayacaktır. Ayrıca, uygun maliyetli mesleki eğitime eşit erişim sağlamayı, toplumsal cinsiyet ve varlık eşitsizliklerini ortadan kaldırmayı, nitelikli yükseköğretime herkesin erişmesini sağlamayı da hedefliyor.

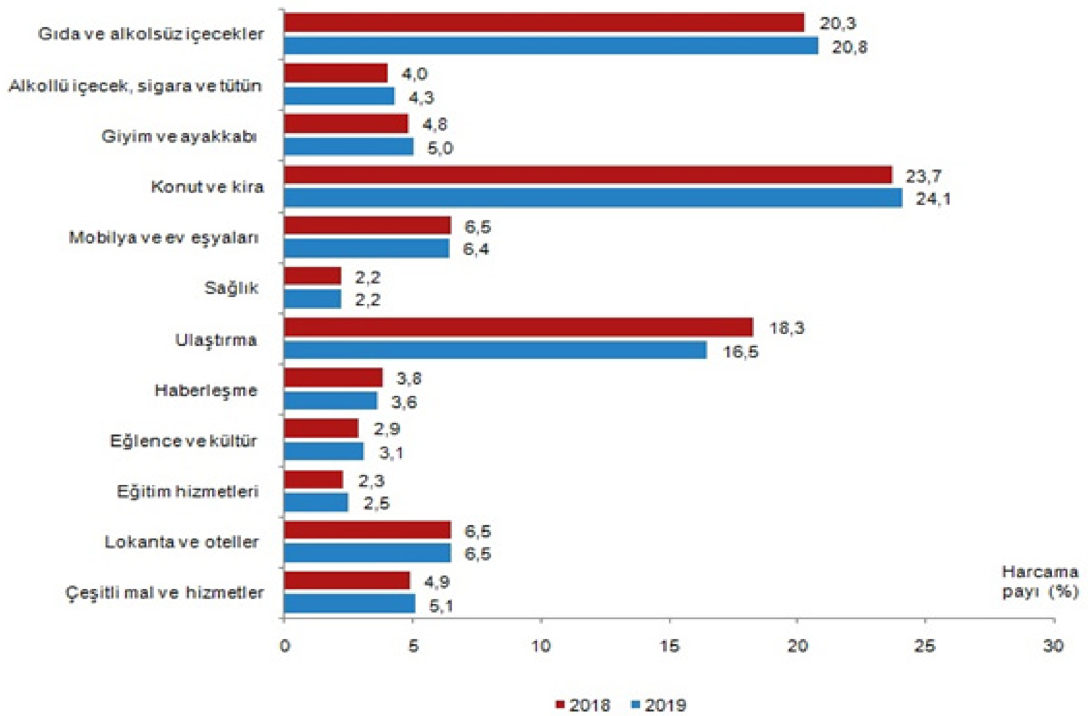
Grafik 1. Türkiye'de Eğitim- İşsizlik ve Yoksulluk İlişkisi



Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)

Grafik 1'de görüldüğü gibi, okur-yazar olmayanların %26,1'i, yükseköğretim mezunlarının %2,5'i yoksuldur. Eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert medyan gelirinin %50'si dikkate alınarak hesaplanan yoksulluk oranına göre; okur-yazar olmayan fertlerin %26,1'i, bir okul bitirmeyenlerin %22,4'ü yoksul iken, bu oran lise altı eğitimlilerde %13,4, lise ve dengi okul mezunlarında ise %6,9 oldu. Yükseköğretim mezunları ise %2,5 ile en düşük yoksulluk oranının gözlendiği grup oldu.

Grafik 2. Hanehalkı Bütçe Araştırması 2019 Yılı Sonuçları



Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)

Grafik 2'de, toplam tüketim harcamalarında en düşük payı alan harcama türlerini %2,2 ile sağlık, %2,5 ile eğitim hizmetleri ve %3,1 ile eğlence ve kültür harcamaları olduğu görülmektedir. Hanehalkı bütçe araştırmasının 2019 yılı sonuçlarına göre; Türkiye genelinde hanehalklarının tüketim amaçlı yaptığı harcamalar içinde en yüksek payı %24,1 ile konut ve kira harcamaları alırken, ikinci sırayı %20,8 ile gıda ve alkolsüz içecek harcamaları, üçüncü sırayı ise %16,5 ile ulaştırma harcamaları almaktadır.

B. Hedef 1-Yoksulluğa Son

Sürdürülebilir hedeflerden bir diğeri ise yoksulluğa son vermektir. Yoksulluğun her biçiminin ortadan kaldırılması günümüzde insanlığın karşı karşıya olduğu en büyük sorun olmaya devam ediyor. Aşırı yoksulluk içinde yaşayan insanların sayısı 1990 ile 2015 arasında 1,9 milyardan 836 milyona düşmek suretiyle, yarıdan fazla azalmış olsa da, hala çok sayıda insan en temel insani gereksinimlerini karşılama savaşı vermektedir. Günümüzde dünya genelinde 800 milyondan fazla insan günde 1,25 ABD dolarından daha az gelirle geçinmeye çalışıyor; birçoğunun yeterli gıda, temiz içme suyu ve sıhhi koşullara erişimi bulunmuyor. Çin ve Hindistan gibi ülkelerdeki hızlı ekonomik büyüme, milyonlarca insanı yoksulluktan

kurtarmıştır, ancak ilerleme dengesiz olmuştur. Kadınların yoksulluk içinde olması; ücretli işler, eğitim ve mülkiyete erişim eşitsizliği nedeniyle, erkeklere göre daha olasıdır. Öte yandan, aşırı yoksulluk içinde olanların %80'inin yaşadığı Güney Asya ve Sahraaltı Afrika gibi diğer bölgelerde de ilerleme sınırlı olmuştur. İklim değişikliği, çatışmalar ve gıda güvensizliğinin getirdiği yeni tehditler, insanları yoksulluktan kurtarmamız için çok daha fazla çalışmamız gerektiğine işaret ediyor. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, başlanılan işleri bitirme ve yoksulluğun her biçimi ve boyutunu ortadan kaldırma yönünde oldukça cesur bir taahhüttür. En korunmasız durumda olanların hedeflenmesi, temel kaynaklar ve hizmetlere erişimin artırılması ve çatışmalar ile iklim temelli afetlerden etkilenen toplumların desteklenmesini içerir.

C. Hedef 10-Eşitsizliklerin Azaltılması

Bu hedeflerden bir diğeri ise eşitsizliklerin azaltılması hedefidir. Eşitlik, fırsatların doğuştan veya yeteneğe göre farklılaştırılmadığı ve hedeflere ulaşma yeteneğinin ayrıcalıklı bir azınlığa devredilmediği sondan bir önceki hedeftir. Eşitliğin iki bölümü vardır: fırsatlara erişim ve başarılardır. Fırsatlara erişimin temelinde eşitlik vardır. Eşitlik, bireylerin sosyo-demografik özellikleri ne olursa olsun, eşit erişimi gerektirir (Price, 2019). Gelir eşitsizliğinin artıyor olduğu, en zengin %10'luk kitlenin, toplam küresel gelirin %40'ını elde ettiği kanıtlanmıştır. En yoksul %10'luk dilim ise, küresel gelirden yalnız %2 ila 7 arasında pay alıyor. Nüfus artışını da dikkate aldığımızda, gelişmekte olan ülkelerde eşitsizlik %11 oranında büyümüştür. Büyüyen eşitsizliklerin giderilmesi için, en düşük gelirli %10'u güçlendiren, cinsiyet, ırk ve etnik kökene bakmaksızın herkesin ekonomik katılımını destekleyen sağlam politikaların benimsenmesi zorunludur. Gelir eşitsizliği, küresel çözümler isteyen küresel bir sorundur. Çözüm, mali piyasalar ve kurumların düzenlenmesi ve izlenmesini iyileştirmeyi, kalkınma yardımları ve doğrudan yabancı yatırımları en çok ihtiyaç duyulan bölgelere yönlendirmeyi içerir. İnsanların güven içinde göç ve hareket etmesini sağlamak da büyüyen eşitsizliğin azaltılmasında önemlidir.

Fırsat eşitliği dar anlamda sunulan olanaklardan tüm bireylerin ayrım yapılmaksızın eşit bir biçimde yararlanmasını kapsamaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 10. Maddesi ile eşitlik anayasal güvenceye alınmıştır. Anayasanın 10. Maddesi "Herkes, dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri sebeplerle ayırım gözetilmeksizin kanun önünde eşittir." şeklindedir.

Bununla birlikte aynı maddeye 2004 ve 2010 yıllarında eklenen, "Kadınlar ve erkekler eşit haklara sahiptir. Devlet, bu eşitliğin yaşama geçmesini sağlamakla yükümlüdür" (2004) "Bu maksatla alınacak tedbirler eşitlik ilkesine aykırı olarak yorumlanamaz" (2010). "Çocuklar, yaşlılar, özürlüler, harp ve vazife şehitlerinin dul ve yetimleri ile malul ve gaziler için alınacak tedbirler eşitlik ilkesine aykırı sayılmaz" (2010) ek fıkralarla eşitlik ilkesinden hangi durumlarda pozitif ayrımcılık yoluyla çıkılabileceği de belirtilmiştir (T.C. 1982 Anayasası, RG. 9.11.1982/17863).

Eğitimde fırsat eşitliği kavramı ise sunulan eğitim olanaklarından tüm öğrencilerin ayrım gözetmeksizin eşit biçimde yararlanmasını kapsamaktadır. Bununla birlikte sunulan olanakların da eşit hale getirilmesi ikincil bir amaç olmalıdır. Zira şehir merkezinde bulunan bir eğitim kurumunun imkanları ile, bir dağ köyünde bulunan eğitim kurumunun olanakları da eşit değildir. Bu durumda her ne kadar ayrım gözetmeksizin öğrencilerin mevcut imkanlardan eşit oranda yararlanması sağlansa da sunulan imkanlar eşit olmadığından yine bir fırsat eşitsizliği ortaya çıkacaktır. Eğitimde fırsat eşitliğine tarihsel bir çerçeveden baktığımızda bu alanda ilk ve oldukça kapsamlı alan araştırmalarından birini yöneten James S. Coleman'ın bakış açısı büyük önem arz etmektedir. Kavramın anlaşılabilmesi için öncelikle öğrencilik yaşındaki çocuğun toplumsal konumun farklı tarihsel dönemlere göre nasıl değiştiği dikkate alınmalıdır (Coleman, 1966). Sanayi devrimi öncesi Avrupa'da çocuğun konumu tümüyle ailesinin konumunu özellikle de babasının konumuna bağlıdır.

Baba zanaatçı ise çocuk da zanaatçı, baba asil ise çocuk da asil olacaktır. Bununla birlikte feodal düzende aile, temel üretim birimini temsil ettiğinden çocuk tüm hayatı boyunca bu birimin kopmaz bir parçası olacaktır (Coleman, 1968). Ailelerin toplumsal konumlarının neredeyse kuşaklar boyunca aynı olduğu bu dönem için eğitimde fırsat eşitliğinden bahsetmek mümkün değildir (Tan, 1987). Zira "eşitlik" kavramının olmadığı bir dönemde bu kavramın eğitim alanında ne şekilde yansıdığını araştırmak gerçek dışıdır. Avrupa'daki feodal sistem dışında da dünyanın çeşitli yerlerinde görülen sistemlerin büyük bir çoğunluğunda benzer toplumsal tabakalaşma örnekleri mevcuttur.

Bu görünüm Osmanlı'da biraz daha farklılaşmaktadır. Osmanlı'daki durumun farklılığı, tabakalaşmanın süreklilik arz etmemesi ve dinamik oluşuna paralel olarak dönem dönem bir sınıfın diğer sınıflar üzerinde hakimiyet kurması kaynaklıdır. Buna ek olarak Osmanlı toplumunun büyük çoğunluğunun mensubu olduğu İslam inancınca bulunan gösterişten uzaklaşma, nefis terbiyesi ve kölelerin azat edilmesi gibi inanışlarda toplumsal tabakalaşmayı daha dinamik hale getiren unsurlar arasında sayılabilir (Hesapçıoğlu ve Dündar, 2011).

Sanayi devriminin ardından aile temel üretim birimi olmaktan çıkmıştır (Tan,1987). Bununla birlikte bu durum toplumsal tabakalaşmayı yok etmemiştir. Yeni bir sınıf olan işçi sınıfının oluşmasına sebebiyet vermiştir. Daha da ötesi devrim sonrası burjuva sınıfı güç kazanmıştır. Sanayi devrimi sonrasında ise toplumsal tabakalaşma ile ilgili farklı kuramlar ortaya atılmış ve geliştirilmiştir. Tüm kuramların detaylı bir biçimde tartışılması bu çalışmanın kapsamını aşacağından bazı kuramlar kısa bir biçimde tartışılacaktır.

Bu kuramların en önemlilerinden biri olan tarihsel materyalci kuram ya da çatışmacı kuram olarak adlandırılan kuramdır. Bu kuramın en temel iki savunucusu Karl Marx ve Frederich Engels'dir. Bu kuramda bir toplumda gözlenebilir çok yönlü ve karmaşık eşitsizliklerin ortaya çıkması, sınıf farklılıklarının üretim araçlarına sahip olmasıyla açıklanmaktadır. Temel olarak Karl Marks'ın tanımladığı sınıflar ikiye ayrılmaktadır. Bu sınıflardan birincisi üretim araçlarına sahip olan "sömüren" sınıftır. İkinci sınıf ise üretim araçlarına sahip olmayan "sömürülen" sınıftır. Bu görüşe göre bireylerin eşitsizliği toplumsal yapı içindeki toplumsal konumlarının bir sonucudur. Diğer bir ifadeyle eşitsizliğin temelinde bireylerin niteliği değil toplumun

özellikleri yatmaktadır (Hesapçıoğlu ve Dündar, 2011).

Eşitliği bozduğu varsayılan toplumun özellikleri arasında özelikle burjuva sınıfının giderek güçlenmesi çatışmacı kuramın temel dayanağını oluşturmaktadır. Sanayi devrimine paralel olarak burjuvazinin giderek güçlenmesinin, kısmen daha özgür ve dolayısıyla daha eşitlikçi bir anlayışın hâkim olduğu kırsal kesimlerde de bozulmalara yol açtığı öne sürülmektedir. Fabrikalaşma ile birlikte dev şehirlerin oluştuğu, şehir nüfusunun kırsal nüfusa göre büyük oranda arttığı ve köylü halkların şehre bağımlı kılındığı ileri sürülmektedir. Bunun sonucu olarak da nüfusun bir çimento gibi neredeyse bütünleştirilip, üretim araçlarının merkezileştirildiği ve mülkiyetin ise az sayıda insanın elinde yoğunlaştığı ve bu durumunda eşitsizliği giderek arttırdığı varsayılmaktadır (Marx ve Engels, 2012).

Diğer bir kuram olan bireyselci kuram ise, gelir, güç ve saygınlık gibi kavramların toplum içinde dağılımının pazar mekanizmasına göre gerçekleştiğini savunmaktadır. Temel olarak bu kuram eşitsizliğin kaynağı arz talep dengesine göre açıklamaktadır (Hesapçıoğlu ve Dündar, 2011).

Eğitimde Eşitsizlik Etmenleri

Ekonomik, kültürel ve toplumsal kalkınmayı hızlandırma amacına hizmet eden kamusal eğitim, eşitliğin adalet bağlamında kurumsallaşması için başka bir rol daha üstlenir. Eğitim sistemi ile yaratılan toplumsallaşma deneyimi, bireyin eşit ve özgür biçimde toplumu oluşturan diğer bireylerle birlikte düzenli yaşam ortamını hazırlar. Eğitim sistemini oluşturan temel politikalar ise eğiti-me adaletli erişimi sağlayıp eğitim niteliğini artırıcı önlemler almalıdır. Böyle-ce toplumsal eşitsizliklerin, gelecek nesillere aktarımını engellenmiş olacaktır. Eğitim sistemi; bireyin eğitim başarımının kendi iradesi dâhilinde belirlenemeyen cinsiyet, anlak ve yeti potansiyeli, anadil, sosyo-ekonomi, engellilik, ikamet edilen bölge gibi koşullar tarafından belirlenmesine engel olmalıdır. Eğitim sisteminde karşılaşılan ayrıştırmacı pratikler etkisiz hale getirilebilirse, bu durumda eğitimde fırsat eşitliği ile toplumsal genel başarı ve adalet sağlanabilecektir. Şayet eşitsizlikçi uygulamalar en zayıf sosyal sınıfın refahını çoğaltıyor ve fırsat eşitliği sağlıyorsa, sosyal adaleti de sağlıyordur.

Eşitliğin sağlanmasında eğitim sistemi içerisinde önemli paydaşlar bulunmaktadır

- Devlet
- Aileler
- Öğretmenler
- Öğrenciler
- Teknoloji
- Medya

Eğitime erişimde kamunun rolü büyüktür. Cinsiyet gözetmeksizin devletlerin sosyal sorumlulukları arasında yoksulluk ile savaşmak, sosyal ve ekonomik kalkınmada ve eğitime erişimde eşit haklar sunmak temel sorumlulukları arasında yer almaktadır.

Eğitimde cinsiyet eşitliğinin ve ilköğretimde %100 okullu olma hedefi çerçevesinde, ülkemizde özellikle 2004 yılı ve sonrası dönemlerde gerek devlet kurumları gerekse sivil toplum kuruluşları ve medya liderliğinde çeşitli kampanya ve projeler hayata geçirilmektedir (Çamcı, 2008).

Eğitimde eşitliğin sağlanabilmesi için yapılabilecekler ;

(a) eğitime merkezi ve yerel boyutta doğrudan destek sağlamak

(b) ulusal eğitim programını destekleyici ve tamamlayıcı halk eğitimini sağlanmak

(c) eğitim maliyetini karşılayıcı önlemler alınmak

(d) uluslararası boyutta eğitime destekleyici etkinlikler tasarlamak (Edwards, 1946)

Eğitim fırsatlarından yararlanma noktasında ailenin ekonomik durumu önemli bir belirleyicilik rolüne sahiptir. Ekonomik durum ile eğitim arasında kendi içerisinde kısır bir döngü oluşmaktadır. Gelir dağılımındaki büyük farklılıklar, eğitimdeki fırsat eşitsizliğini doğurmakta yani yoksulluk, eğitimsizliğe sebep olmaktadır. Tüm bunların sonucunda ise eğitimsizlik, yeniden, yoksulluğa zemin hazırlayan başlıca faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kamu erkinin vatandaşa eğitim hakkını sunabilmesi kanuni bir zorunluluktur. Eğitimde eşitlik, cinsiyet, sosyo-ekonomik düzey, bulunulan bölge gibi faktörlerden bağımsız olarak eğitim potansiyellerine ulaşılmasında bireysel ve sosyal koşulların sağlanması oldukça önemlidir.

SONUÇ

Eğitime ilişkin kararlarının alınmasında ailenin ekonomik geliri önemli ve belirleyici bir faktördür. Bu eşitsizliği dengelemek için kamu erkinin dengeleyici kamusal politikaları önemli hale gelmektedir. Devlet tarafından yapılan harcamalar, ekonomik olarak fırsat eşitliliğinin sağlanması için devletin uygulayacağı gerek merkezi gerekse yerel yönetimler tarafından izlenen sosyal politikaların yanında, toplumsal olarak bilinçlenmeyi sağlayacak eğitim politikalarının geliştirilmesi gerekmektedir.

Temel bir insani hak olan eğitime erişme konusunda hâlihazırda mevcut olan bu eşitsizlikler devam ederken, Covid-19 pandemi nedeniyle eğitimdeki eşitsizlikler daha da artış göstermiştir. Uzaktan eğitimle, eğitim dijitalleşmiştir. Eğitimde teknolojik aletlerin kullanımı artmıştır. Bu da teknolojik aletlere ulaşamayan birçok orta ve alt maddi güce sahip ailelerin çocuklarının, eğitime erişmesine engel olmuştur. Evinde tableti, bilgisayarı ya da interneti olmayan çocuklar, eğitime katılamamışlardır. Uzaktan eğitimde internet ve teknolojik cihaz zorunluluğunun olması, bunları sağlama konusunda maddi gücü olmayan aileleri olumsuz anlamda etkilemiştir. Eğitimdeki bu neoliberalleşme maddi açıdan iyi olan üst sınıf ailelerin yararına olmuş ve diğer alt sınıftaki ailelerin çocukları içinse dezavantaj olmuştur. Maalesef ailelerin maddi imkânları eğitimsel sorunların kaynağını oluşturmuştur ve oluşturmaya devam etmektedir. Sonuç olarak, yoksullukla mücadelede en büyük adım eğitim seviyesinin yükletilmesidir. Cinsiyetler arasında ayrım gözetmeksizin bütün bölgelerde eşit fırsatlarla sunulan eğitim iktisadi kalkınmanın siyasal ve toplumsal boyutuna önemli katkılar sağlar.

KAYNAKÇA

1. Buluç, B. (1997). İlköğretim ikinci kademe okullarda eğitimde fırsat ve imkan eşitliği. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi. 3(1), 11-21.
2. Cevizci, Ahmet (2010). "Paradigma Felsefe Sözlüğü", 7.Baskı, İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
3. Coleman, J. S. (1966). Report on Equality of Educational Oppurtunity. U.S. Goverment Printing Office for Department of HEW.
4. Coleman, J. S. (1968). The Concept of Equality of Oppurtunity. Harvard Educational Review. s. 7-22.
5. Çalık, T. ve Sezgin F. (2005). "Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim", Gazi Üniversi- tesi Kastamonu Eğitim Dergisi, Mart 2005 Cilt:13 No:1, ss.55-66.
6. Çameli, T. (2008). Kız Çocukların İlköğretime Erişiminde Türkiye'den Örnekler, AÇEV, ERG, KADER, Avrupa Birliği, Sabancı Üniversitesi: İstanbul
7. Edwards, N. (1946). Problems of Equality of Opportunity in Education. Review of Educational Research, 16(1), 46-49.
8. Green, S. J. D. (1988). Is Equality of Opportunity a False Ideal for Society?. The British Journal of Sociology, 39(1), 1-27.
9. Hesapçıoğlu, Muhsin, Selma Dündar. (2011). Türkiye'de Eğitimde Fırsat Eşitliği ve Postmodernizm. Konya: Eğitim Kitabevi.
10. Lynch, K., & Baker, J. (2005). Equality in education An equality of condition perspective. Theory and Research in Education, 3(2), 131-164.
11. Marx, Karl, Friedrich Engels. (2012). Komunist Manifesto. İlhan Bahar (Ed.). Sayfa Yayınları, İstanbul
12. Price, H. E. (2019). Chapter 17 Large-Scale Datasets and Social Justice: Measuring Inequality in Opportunities to Learn, Research Methods for Social Justice and Equity in Education, (Eds. Kamden K. Strunk and Leslie Ann Locke), Switzerland: Palgrave Macmillan ISBN 978-3-030-05899-9 ISBN 978-3-030-05900-2
13. Tan, Mine (1987). "Eğitsel Fırsat Eşitliği". Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi. Cilt-20, Sayı-1, s. 245-259.
14. T.C. 1982 Anayasası, RG. 9.11.1982/17863
15. UNDP Türkiye (2021). Sürdürülebilir Kalkınma İçin Küresel Amaçlar https://www.kureselamaclar.org/
16. Westen, P. (1985). The Concept of Equal Opportunity. Ethics, 95(4), 837-850.
17. https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/https://www.tuik.gov.tr



21.

The Position of Turkish Soap Opera in the World Market Within The Scope of the Culture Industry: A Comparative Analysis of the American and Turkish Soap Opera Industry

Dr. Nevin Karabıyık Yerden*

Abstract

The rapid change of the world affects the cultural industries as well as many other fields. in particular, the cultural and creative industries development efforts promoted by UNESCO ensure the development of cultural industries in many countries. From the perspective of Turkey, it is seen that the production and viewing rates of Turkish soap operas have increased considerably in recent years, and the exports of Turkish soap operas have increased rapidly. According to today's data, Turkish soap operas rank second in the world in exports after US soap operas. For Turkey, which has been importing soap operas for many years, the transition to a position that exports large volumes in the sector started in the 2000s. However, it is not just the cultural industry's products that are protected by copyright; goods and services have also begun to relocate, and the effect of soap operas has been observed in different sectors, such as tourism. This result shows that Turkish soap operas not only improve the country's economy and cultural economy, but also affect the identity and image of the country. The aim of this

***Associate Professor, Marmara University, Vocational School of Social Sciences**

study is to analyze the place of Turkish soap operas in the world market. in the study, using the secondary source data technique, a comparative analysis of the American soap operas that export the most soap operas and the Turkish soap operas was carried out, and it was determined that the soap operas within the scope of the culture industry for both countries had differences in terms of target audience, content, promotion, etc.

Keywords: Turkish Soap Opera, Marketing, Culture Industry

Introduction

Intellectual frontiers between countries have begun to become more visible as a result of globalization. Although local cultures, which have a substantial impact on a society's structure, remain important, consumer groups have grown increasingly homogenized as products and services become available in more places throughout the world. Copyright protection has begun to transfer not just physical commodities and services, but also intangible and tangible cultural sector products. Television, which has been supplanted by computers in recent years, is reviving its golden era. When we look at our own country, we can see that soap operas have surpassed news on television in terms of ratings in recent years (RTUK, 2018). Content is now consumed practically everywhere, via a variety of devices, especially with the help of internet-based media and television services. Foreign audiences' interest as a consequence of the export of Soap operas produced in our nation has become one of the sector's new and essential indicators during this time. Turkey's move from a position of importing soap operas for many years to one of exporting big volumes in the industry has intensified during the 2000s (Marketing Turkiye, 2020). Has indeed surpassed the United States as the world's second largest exporter of television series. (ITO, 2017). This new position allows soap operas, which are cultural goods, to be used as a "soft power"(Karlidag & Bulut, 2014) tool and to generate new cultural policy regulations. The notion of the cultural industry and the cultural economy it creates will be described in this context, and the function of Turkish soap operas in the Turkish cultural industries will be attempted to be exposed.

The Concept of Culture Industry

Today's high levels of competitiveness and the globalization phenomenon are proving to be significant influences in a variety of fields. Competition, globalization, communication, informatics, and other factors all have a role. The quick change in areas has an impact on marketing, which is expanding the scope of the notion of marketing on a daily basis. Beyond being one of a company's essential duties, marketing has evolved into a subject that can be applied to a wide range of disciplines and industries.

The application of marketing in the cultural industries, which is one of the new fields emerging with the rapid change in the world, enables these industries to create strong cultural economies. The concept of "culture industry" is a concept put forward by Theodor Adorno and Max Horkheimer, representatives of the Frankfurt School (Critical Theory), after the Second World War, conceptualized as a critique of the industrialization of culture. According to Adorno, "the cultural industry is a concept that combines the old with the familiar in a

new quality."(Adorno, 2003) The "culture industry" notion proposed by Adorno is meant to describe the standardization of cultural items and the rationalization of distribution systems, not the industry's actual manufacturing process. Cultural goods are handled according to market values, as shown by Brecht and Suhrkamp, and this condition is realized by the economic and administrative system (Celik, 2011) Adorno introduces the notion of "cultural industry." It is characterized as a notion in which cultural assets are transformed into standardized goods produced (Adorno, 2007) manufactured for profit, with the price decided by supply and demand. Despite the fact that Adorno and other Frankfurt School members opposed the notion for undermining culture's distinctiveness and originality, it is now clear that industrializing culture produces significant economic value. The notion encompasses a wide range of topics, from film to architecture, art to mass media, and prompts its proponents to critique methods in various fields.

The culture industry emerges as a system that makes societies similar to each other and eliminates differences, originality, and uniqueness, and is criticized in this sense. The culture industry concept, which has also been criticized for creating profit-oriented and economic value, is far from original because it is guided solely by profit-oriented policies and strategies. Adorno argues that culture infects everything with similarity and reveals this as a system with movies, radio, and magazines. He states that many different industries are intertwined within the cultural industry and create economic value. Adorno blames and criticizes the culture industry's consumers as much as he blames and criticizes the producers of the culture industry (Adorno, 2011).

Although the concept of "culture industry" has entered the literature as a critical term, considering the cultural economy and cultural policies put forward through cultural heritage management and creative sectors, it is seen that culture produces economic value like an industrial unit in a real sense. Many countries evaluate the boundaries of cultural industries differently in terms of the economic contribution they produce (UNESCO, 2009). The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) also names the industry as cultural and creative industries, taking into account the related sectors. Industry is defined as "sectors whose primary purpose is to organize the production, reproduction, promotion, distribution or commercialization of goods, services and activities of cultural, artistic or heritage origin" (UNESCO, 2013). This definition is not limited to assets acquired only through creativity or cultural heritage; it includes other activities that contribute to the creation and distribution of cultural and creative products. in order to keep the statistics correct, the framework of cultural areas determined by the institution is given in Figure 1.

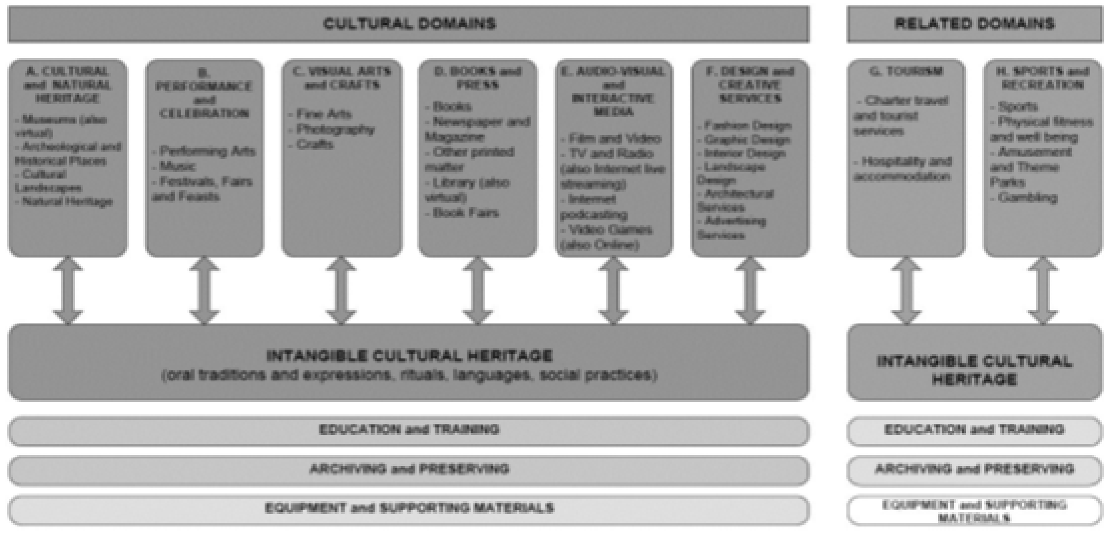


Figure 1. Framework for cultural statistics domains (UNESCO, 2013)

Cultural industry areas determined by UNESCO reveal cultural economies with the activities carried out. The concept of cultural economy has started to become evident in the last quarter century; It has emerged with the effect of rapid and radical changes that transform life in different cultural industries such as audio-visual media, informatics, recording/digital technologies and tourism. The rapid transition of societies to electronic, virtual and digital cultural contexts is seen as a cause and consequence of the mentioned dynamics. Many goods, services, activities, institutions, actors and systems are included and evaluated within the scope of cultural economy in the world and in Turkey. The cultural economy is defined as the economies formed by the demand and supply of cultural products in the cultural industries. in other words, it emerges as economies created by cultural producers and cultural consumers. Cultural economies provide significant economic and social development to countries today. For this reason, many countries invest in cultural industries in order to create or develop a cultural economy and determine their policies in this way (KARABIYIK YERDEN, 2017).

While the contribution of the cultural industries to the national economy is growing along with the expanding borders of new technologies, the borders of the cultural economy are also expanding and cover a very transitive and wide area. The power of the internet, which is one of the main factors that is growing the cultural economy, plays a big role in this (Incekara & Haykir Hobikoglu, 2013). in this context, the evaluation of Turkish soap operas in terms of culture and industry is an important area of research.

Turkish Soap Operas in the Scope of the Culture Industry

Domestic TV shows have seen a significant increase in popularity on Turkish television in recent years. Popular cultural products such as domestic TV programs have attracted a lot of attention as a result of the growing importance of social media in our life. Foreign viewers' interest as a consequence of domestic series being exported and watched with interest in other countries has also become one of the sector's new and crucial key indicators. Turkey's move to a position where it exports huge amounts of soap operas began in the 2000s, after it had been importing them for many years. However, copyright protection extends beyond the cultural industry's products; goods and services have begun to migrate, and a series effect has been noted in tourism. It is created with care, especially in TV shows, which is a sub-sector of the cultural business.

In Turkey, the television series industry begins with television broadcasting. in 1926, Scottish engineer and scientist John Logie Beard created the first functional prototype of the television, which was envisioned as a mechanical communication tool that would broadcast motion pictures and sound via radio waves. With the assistance of several scientists, this gadget, which is a very basic version of the television we know today, has been refined throughout time. Professor Mustafa Santur's endeavors resulted in the first television broadcast in Turkey, which took place in 1952 with ITU TV, and that is part of Istanbul Technical University (Karaca & Kacar, 2013). The Turkish Radio and Television Corporation TRT broadcasted a trial broadcast in 1968, which was the country's first planned television broadcast. The next year, the TV-1 channel's broadcasts were limited to three hours per day, three days per week (TRT, 2020). The Turkish Radio and Television Law of 1970 gave the TRT monopoly the authority to broadcast radio and television in the country. ITU TV, which had a twenty-year career as a pioneering television station, ceased broadcasting in 1972, and all of its transmitters and technical equipment were transferred to TRT. With the introduction of television to more households in the future, the enthusiasm that accompanied the debut of visual broadcasting throughout the country through TRT rose even more. As of 1984, black-and-white television broadcasts began to reach every home in color during this time period. Following Ismail Cem's appointment as TRT General Manager in the 1970s, it was declared that domestic TV programs would be increased (Kuyucu, 2014). The "Kaynanalar" series was the first to be shown on Turkish television. TRT became a multi-channel network in 1989, when the TV-2 and TV-3 channels were launched. (Aziz, 2013). Soap operas and competitions, which were becoming more popular by the day, had now become the public's primary source of entertainment. in 1972, we were introduced to the notion of television series. Free World Travel is the first series shown on Turkish television, and it is presented with Turkish voice-overs in conformity with broadcasting laws (TRT, 2021). Kaynanalar, which initially shown in 1974, was the first domestic television series (Ugur Tanriover, 2012). Color television screens, which are now in color, have reached large masses in a short time with the increase in both domestic and foreign productions. Turkey, which has the habit of a well-established radio and radio theater consisting of stories divided into sections called "behind tomorrow", got used to this new video

broadcasting technology quite quickly.

The Radio and Television Supreme Council (RTUK) was founded in 1994 to govern and monitor radio and television operations when private TVs were granted broadcasting independence. (RTUK, 2021). The shift from analog to digital broadcasting technology has been underway since the mid-1990s. Along with the transition to digital broadcasting, which has a wider frequency range and provides better sound and image quality and is transmitted to televisions via a receiver, subscription-based television platforms such as Digiturk and D-Smart have begun broadcasting by providing new and different channel options for the audience. These platforms, which also include features such as the ability to watch a show in a different language at any time, have created a shift in audience viewing patterns. According to the European Audio-Visual Broadcasting Observatory's 2019 report, Turkey has 400 television stations with broadcasting licenses. (Ene, 2020).

Changes in social life resulted from the colorful and new world that emerged with the spread of television. The so-called "soap operas," which were broadcast throughout the daytime in the 1990s, were a terrific way to pass the time and entertain, particularly for female audiences. Advertising, which is the primary source of revenue for TVs, has also seen a metamorphosis as a result of this new medium, and it has resulted in a significant shift in audience consumption patterns. Advertisements that formerly consisted of a still image or text in print and on the walls, as well as a sound on the radio, could now appeal to both the eyes and ears of a bigger audience. This provided a once-in-a-lifetime chance for firms to expand their market share by employing various storytelling tactics (Isiktas, 2018). As the channels that want to earn the most income focus on new productions, the soap opera industry has started to grow. The number of both foreign and domestic soap operas increased, and the audience, which was once content with what was offered to them, started to choose between alternatives. Genres such as comedy, detective, and drama were gaining popularity.

For Turkey, which has been importing soap operas for many years, the transition to a position that exports large volumes in the sector has accelerated since the 2000s. The first domestic soap operas to be exported abroad is Ask-i Memnu, which was produced and broadcast by TRT in 1975. The six-part Ask-i Memnu, which was the second Turkish series shot after Kaynanalar in the single-channel television era, was sold to France in 1981 (AA, 2019). Although the export of soap operas took place intermittently in the following years, the footsteps of the big change came in 2008. After the final episode of the Silver Series, broadcast with Arabic dubbing, reached 85 million viewers, the wind of the Turkish series began to blow in Arab countries. After the unexpected success of the series, soap operas such as Ihlamurlar Altnda and Deli Yurek, whose broadcast life ended in Turkey, were also sold to Arab countries very cheaply. This trial yielded a successful result, and the series reached unexpected viewing rates. Exports of soap operas, which had progressed somewhat by accident until then, began to fall on, and Turkish soap operas gained the admiration of the Balkan countries' audiences after Arab countries. Following these developments, the Latin American market was targeted, and this market was entered with the soap operas Binbir Gece. With soap operas exports to 142

countries and a volume of 350 million dollars as of 2017, Turkey has become the country that exports the most soap operas after the USA. Today, Latin American countries are among the places where Turkish soap operas attract the greatest attention. During the curfews implemented during the pandemic process, the export of soap operas to the region was accelerated.

Muhtesem Yuzyil, on the other hand, was broadcast in many countries, including Japan, and reached over 500 million viewers. While soap operas exported to 70 countries attracted great interest in nearly 150 countries, the export revenue, which was 500 million dollars according to 2018 figures, is expected to reach 1 billion dollars by 2023.

In the last ten years, Turkish soap operas have made significant progress in terms of shooting quality and artistic value. Many industry representatives and foreign television broadcasters state that Turkish soap operas have reached a point where they can compete with motion pictures thanks to the quality of shooting and script quality and the developments they have made in the field of acting. in parallel to these improvements in production quality, the prices of soap operas sold abroad have also increased. Sales prices averaged around $500 per episode in the recent past. With the increase in quality and increasing awareness, it has increased to $200,000. (Deloitte, 2014)

The increase in the soap operas industry has also led to the use of soap operas as a marketing communication tool. It is possible to say that activities such as product placement, sponsorship, and marketing also have a significant share in the economy of the series (Gumus et al., 2017). The Istanbul Chamber of Commerce announced that Turkish soap operas generated export revenue of $300 million. in 2023, an export income of 1 billion dollars is expected to be obtained (Yildirim, 2018, cited by Ozarslan, 2020). According to a study, it has been revealed that the Turkish series exported are greatly affected by the citizens of the countries in which they are watched, and accordingly, they identify with the female viewers (Ozarslan, 2020).

American Soap Operas in the Scope of the Culture Industry

Considering that the country where the concept of the culture industry first emerged is the United States, it is seen that soap operas, which are a sub-field of the culture industry, have a very old history in this country. in this sense, of course, it would not be wrong to say that the main point of American soap operas is the Hollywood industry. The Hollywood industry, whose foundations were laid in the early 1900s, became the shooting platform for many movies and soap operas afterwards. The shooting platforms built by D. W. Griffith for the movie “The Birth of a Nation” are considered to be the first examples of the Hollywood Industry (Drew, 2016). The cinema industry in general is divided into four regions: North America, EMEA (Europe, Middle East, and Africa), Asia Pacific, and Latin America. Nearly half of the global industry size of approximately $90 billion is located in the North American region. EMEA ranks second with approximately $27–28 billion. Asia Pacific ranks third with a share of approximately 20 billion dollars. For Latin America, the weakest link in the chain, with an average of 2-3 billion dollars (McMillen, 2006, cited by Gokdemir and Kurtoglu, 2013). The first soap operas in the USA started with the soap operas “The Are My Children” in 1949 (Gokdemir and Kurtoglu,

2013). Soap operas were broadcast on the radio until the 1950s, and after the 1950s, they began to interact with the audience on television (Levine, 2021). Later, many soap operas, such as “The Doctors,” “General Hospital,” and “The Loyal Housewife,” were broadcast one after another. Today, 80-90% of movies in the USA are distributed by major studios. While the studios deliver their films to the audience through various methods, less popular films are also imposed on the distributors, along with those that are expected to have big box office returns (Gokdemir and Kurtoglu, 2013). Today, the United States of America’s soap operas is the leader in this market by exporting it all over the world. According to December 2020 data, US soap operas exports were $2,607,127,610 (CEIC, 2021).

Methodology

Aim of Research and Limitations

This study aims to examine the position of Turkish soap operas in the world market within the scope of the culture industry. For this purpose, this study covers the Turkish and American soap opera industry. Turkey’s position as the second largest soap operas exporter in the world is an important achievement for Turkey, but also an important production point for the culture industry. For this reason, the case study method was used in the research.

Results and Discussion

In the soap operas industry, the position of Turkish and American series in the global market has been attempted to be revealed. This study was carried out using SWOT analysis, and the results of the SWOT analysis of both countries are shown in the tables below.

Table 1 :
Turkish Soap Operas Industry

Strengths • Increasing production since 2000 • Human Resources • High potential • High creativity	Weaknesses • Don’t have a long history • Shooting hours take too long • Inability to use new technologies quickly • The sparseness of original scenarios • Budget constraint
Opportunities • Foreign markets • Internet-supported publishing	Threats • Competitors • An inflationary environment

\

Table 2:
USA and Soap Opera Indusry

Strengths • Have a strong history • The speed of using new technologies • Human resources (actor, director, etc.) • Production speed •.Network	Weaknesses • Clumsiness
Opportunities • Sponsorships • Internet-based publishing • Export	Threats • Competitors • High potential of competitors

According to the research findings, the strengths of the Turkish soap operas industry are; Increasing production since the 2000s, talented human resources, high potential and high creativity. However, the strengths of the American television industry are that it has a long history. At the same time, it uses new technologies quickly, has human resources, production speed and a strong network system. When we look at the weak aspects, it is seen that the Turkish soap operas industry does not have a long history, shooting takes a very long time, new technologies cannot be used quickly and there is a budget limit. in the American soap operas industry, only clumsiness is seen as a threat. Looking at the market opportunities, it is presented that there may be foreign markets and internet-based publishing. in addition to the opportunities in the Turkish market, they are sponsorships in the American market. Finally, looking at the threats, it is seen that both countries are affected by their rivals. However, while a high inflationary environment in Turkey is determined as a threat, competitors with high potential are also seen as a threat in the USA.

Conclusion

The rapid change of the world affects every sector, as well as the culture industry and sub-sectors connected to the culture industry. One of these sectors, according to UNESCO's classification, is the visual, audio, and interactive media sector. The aim of this study is to investigate the position of Turkish soap operas in the world within the scope of the culture industry. in this context, Turkish soap operas and American soap operas were compared using SWOT analysis. The fact that Turkish soap operas have been successful in exports in the last 20 years and that they have come to occupy the second place in the world after the United States, has drawn attention to the Turkish soap operas industry. in this sense, it is considered important not to anticipate the development of the soap opera industry by comparing it with the USA, which is the leader in the world. As a result of the SWOT analysis made for this purpose, although the Turkish soap opera industry has a closer history than the US soap opera industry, the increasing production, talented human resources, high potential, and high creativity since

the 2000s show that the development of the industry will increase day by day. The strongest aspects of the US soap opera industry are that it has a long history, access and use of new technologies, human resources, rapid production, and networking. The weaknesses of the Turkish soap opera industry are that it doesn't have a long history, shooting hours take too long, inability to use new technologies quickly, the sparseness of original scenarios, budget constraints, etc. The weak side of the soap opera industry is seen in its clumsy structure. The opportunities for both countries are the new internet-based publishing area and foreign markets, and the most important threat is the competitors. As a result, the Turkish soap opera industry has developed considerably since the 2000s, both in Turkey and around the world. This development has also contributed to the development of fields such as shooting quality, publishing, and acting. It has been concluded that the production and potential of series within the scope of the culture industry of Turkey, which has come to second rank after the USA in soap opera exports in recent years, is quite high.

References

1. AA. (2019). ABD'den sonra en fazla Dizi ihraç Eden ülke Türkiye. Anadolu Ajansı. Accessed July 17, 2021, from https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/abdden-sonra-en-fazla-dizi-ihrac-eden-ulke-turkiye/1641524
2. Adorno, T. W. (2003). Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken (Translate : Bulent O. Dogan). Cogito, (36).
3. Adorno, T. W. (2007). Adorno'nun Kültür Endüstrisi Kavramı Üzerine Aktaran: Murat Kayıkçı. Üniversite ve Toplum, 7(2).
4. Adorno, T. W. (2011). Kültür Endüstrisi: Kültür Yönetimi (N. Ulner, M. Tuzel, & E. Gen, Trans.) (6th ed.). İletişim Yayınları.
5. Aziz, A. (2013). Televizyon ve Radyo Yayncılığı (Giriş). Hiperlink eğit.ilet.yay.san.tic.ve ltd.sti.
6. CEIC. (2021). US exports: Television, 1995 – 2021. Accessed November 20, 2021, from https://www.ceicdata.com/en/indicator/united-states/exports-television
7. Celik, S. A. (2011). Kültür endüstrisi: üç yanlış bir doğru. Literatur Yayincilik. p.113.
8. Deloitte. (2014). Dünyanın en renkli ekranı Türkiye'de dizi sektörü. Accessed August 1, 2021, from https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technology-media-telecommunications/tr-media-tv-report.pdf
9. Drew, W. M. (2016). D. W. Griffith (1875-1948). Accessed December 3, 2020, from https://www.gildasattic.com/dwgriffith.html
10. Ene, L. (2020). Supply of audiovisual media services in EuropeMAVISE insights – 2019. Accessed September 13, 2021, from https://rm.coe.int/supply-of-audiovisual-media-services-in-europe-mavise-insights-2019/16809c7874
11. Gokdemir, N., & Kurtoglu, R. (2013). Küreselleşmenin Dünya Film Endüstrisine Etkisi ve Hollywood Film Endüstrisindeki Yeni Eğilimler. İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 5(19), 27-56.
12. Incekara, A., & Haykır Hobikoglu, E. (2013). Kültür Ekonomisi Kapsamında Kültür Sektörlerinin Türkiye'de Gelişimi ve Yansımaları. İktisadi Araştırmalar Vakfı. https://iav.org.tr/wp-content/uploads/2020/07/Kultur-Ekonomisi.doc
13. Isiktas, S. (2018). Türkiye'de Reklam Tarihi Gelişimi ve Televizyon Reklam Araştırmaları. Hiperlink eğit.ilet.yay.san.tic.ve ltd.sti.
14. ITO. (2017). Türk Dizi filmleri 142 ülkede izleniyor. Accessed November 21, 2020, from https://www.itohaber.com/haber/dunya/205852/turk_dizi_filmleri_142_ulkede_izleniyor.html
15. Karaca, M., & Kaçar, M. (2013). Istanbul Teknik Üniversitesi ve mühendislik tarihimiz. İTÜ Vakfı.
16. Karlidag, S., & Bulut, S. (2014). THE TRANSNATIONAL SPREAD OF TURKISH TELEVISION SOAP OPERAS. Istanbul University Journal of Communication Sciences, (47), 75-96. https://doi.org/10.17064/iüifhd.49497

17. Kuyucu, M. (2014). EVALUATION OF THE ECONOMIC and CULTURAL EFFECTS OF THE TURKISH SOAP OPERAS and TV SERIES EXPORTED TO WORLD TVs in THE EXAMPLE OF “MUHTEŞEM YÜZYIL” and GREECE. in International Conference on social sciences and humanities: Abstracts & proceedings : Istanbul, Turkey, 8 - 10 September 2014 (pp. 103-122).
18. Levine, E. (2021). Alternate archives in US daytime TV soap opera historiography. JCMS: Journal of Cinema and Media Studies, 60(4), 174-180. https://doi.org/10.1353/cj.2021.0051
19. Marketing Turkiye. (2020). İzzet Pinto: “Turk dizileri bir marka” – Marketing Türkiye. Marketing Türkiye. Accessed November 20, 2020, from https://www.marketingturkiye.com.tr/soylesiler/izzet-pinto-turk-dizileri-bir-marka
20. McMillen, S. (2006). The economic impact of the arts, film, history and tourism industries in Connecticut. University of Connecticut, Connecticut Center for Economic Analysis.
21. Ozarslan, K. (2020). ÜLKE MARKALAMASI BAĞLAMINDA ULUSLARARASI BASINDA turk DİZİLERİ VE TÜRKİYE İMAJI. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 215-238. https://doi.org/10.16953/deusosbil.551943
22. RTUK. (2018). TELEVİZYON İZLEME EĞİLİMLERİ ARAŞTIRMASI - 2018. Accessed November 21, 2021, from https://www.rtuk.gov.tr/Media/FM/Birimler/Kamuoyu/televizyonizlemeegilimleriarastirmasi2018.pdf
23. RTUK. (2021). Hakkımızda. Accessed June 10, 2021, from https://www.rtuk.gov.tr/hakkimizda/1749
24. TRT. (2020). Tarihce. Accessed December 2, 2020, from https://www.trt1.com.tr/tarihce
25. TRT. (2021). Kilometre Taşları 1972. TRT - Anasayfa. Accessed October 10, 2021, from https://www.trt.net.tr/kurumsal/m_KilometreTaslari.aspx?yil=1972
26. Ugur Tanriover, H. (2012). Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı. İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
27. UNESCO. (2009). MEASURING THE ECONOMIC CONTRIBUTION OF CULTURAL INDUSTRIES. Accessed December 18, 2020, from https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/measuring-the-economic-contribution-of-cultural-industries-a-review-and-assessment-of-current-methodological-approaches-en_1.pdf
28. UNESCO. (2013). What do we Mean by the Cultural and Creative Industries? Accessed December 18, 2020, from https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digitallibrary/What%20Do%20We%20Mean%20by%20CCI.PDF
29. Using Turkish Soap Operas (Tv Series) As A Marketing Communication Tool: A Research on Turkish Soap Operas in Kazakhstan. (n.d.). International Journal of Eurasia Social Sciences, 8(27), 390-407.



22.

The Effect of Assurance and Flexible Working Models On Job Satisfaction
GÜVENCE, ESNEK ÇALIŞMA MODELLERİNİN İŞ TATMİNİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Dr. Nuran Varişli*

ÖZET

Yaşadıkları hayattan kişilerin zevk almaları, pozitif olarak bir hayat sürmeleri ve bunu çevrelerine aktarabilmeleri önemli olmaktadır. Bu kapsamda çalışan kişilerin çalışma saatleri ve iş tatminleri arasında yakın bir ilişki olmaktadır. Çalışma hayatı, gelişen teknoloji, küreselleşen dünya ve rekabet unsurları neticesinde hızlı bir biçimde değişmektedir. Bu bağlamda kişilerin çalışma saatleri ile çalışma saatlerinde olan özgürlükleri mühim boyut kazanmıştır. Kişilerin esnek çalışma saatleri iş tatminleri seviyelerini etkilemektedir.

1970'li yıllar ile beraber sosyal, ekonomik ve teknolojik alanlarda ortaya çıkmakta olan gelişmeler, çalışma ilişkilerinde yeni bir kavramın ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Esneklik olarak adlandırılan ve çalışma hayatına dahil olan bu kavram, genel olarak işletmelerin teknolojik ve ekonomik değişimlere ayak uydurmalarını ve yaşanan krizlerden kayıpsız çıkmalarını sağlamak amacıyla ortaya atılmış ve bir çok ülkede uygulama alanı bulmuştur. Esneklik uygulaması, güvence problemini beraberinde getirmiştir. Bu neden ile 1990'lı yıllar

***Social Security Institution, Ankara-Turkey**

güvenceli esneklik olgusunun ortaya çıkışına sahne olmuştur.

Bu çalışmanın amacı, esnek çalışma ve güvence dengesinin birlikte ele alındığı modellerinin iş tatmini üzerindeki etkisini irdelemektir. Literatürde güvence, esnek çalışma ve iş tatmini hakkında yazılmış kaynaklar taranmıştır; esnek çalışma türleri, güvenceli esnekliğe ve iş tatminine yönelik modeller incelenmiştir. Çalışanların esnek çalışma ve güvence düzenlemelerine ait tutumlarının iş tatminleri üzerinde kısmi bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Yapılan birçok çalışmalar göstermektedir ki esnek çalışma saatleri ve iş tatmini arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. İş hayatında bu kavramlar birbirlerini etkilemektedir. İş hayatında kişilerin iş tatminlerin arttırılması ve kişilere çalışma saatlerinde özgürlük tanınması pek çok kavramı etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Güvenceli Esneklik, Esneklik, Esnek Çalışma, İş Tatmini.

Abstract

It is important for people to enjoy the life they live, to lead a positive life and to transfer this to their environment. in this context, there is a close relationship between working hours and job satisfaction of employees. Working life is changing rapidly as a result of developing technology, globalizing world and competitive factors. in this context, people's working hours and their freedom in working hours have gained an important dimension. Individuals' flexible working hours affect their job satisfaction levels.

With the 1970s, the emerging developments in social, economic and technological fields led to the emergence of a new concept in labor relations. This concept, which is called flexibility and is included in the working life, was put forward in order to enable businesses to keep up with technological and economic changes in general and to get out of the crises without loss and has found application in many countries. The application of flexibility has brought with it the problem of assurance. For this reason, the 1990s witnessed the emergence of the flexicurity phenomenon.

The aim of this study is to examine the effect of models that combine flexible working and security balance on job satisfaction. Resources written on assurance, flexible working and job satisfaction were searched in the literature; flexible working types, models for flexicurity and job satisfaction were examined. It has been determined that the attitudes of the employees towards flexible working and assurance arrangements have a partial effect on their job satisfaction. Many studies show that there are significant relationships between flexible working hours and job satisfaction. These concepts affect each other in business life. Increasing job satisfaction of people in business life and giving freedom to people in working hours affect many concepts.

Keywords: Assured Flexibility, Flexibility, Flexible Working, Job Satisfaction.

GİRİŞ

Üretim sisteminde yaşanmakta olan dönüşümün bir ayağını meydana getiren ekonomik krizden çıkmanın yanında, küreselleşme neticesi artan rekabet ortamıyla beraber şirketleri, bilhassa çok uluslu şirketleri, üretimle pazarlama sürekliliğini küresel ölçüde değerlendirmek

hususunda bırakmıştır. Bu sebeple, işletmeler yönetim ve üretim sürekliliğine ait kararlarını ulusal olarak değil, küresel bir vasfa dönüştürmek mecburiyetinde kalmışlardır.

Durmak bilmeyen bir biçimde gelişen teknolojinin pek çok üretim kesiminde uygulamaya başlanmasıyla, üretimin bir kısmı olan işgücünün de vasfını değişime uğratmıştır. Var olan bölümlerde teknolojinin uygulanması veya yeni bölümler meydana getirmesi çalışma ilişkilerini de değişmeye uğratmış ve bu husus ile beraber yeni çalışma çeşitleri meydana çıkmıştır.

1980'lerle beraber başlamakta olan bu esnekleşme eğiliminin yerine, iş güvencesinin eksilmesi, esneklik ile güvence ara yerinde bir dengenin sağlanması gerektiği için bir anlayışa bırakmıştır. Kişiler için yaşadıkları yaşamdan zevk almaları ve pozitif olan bir hayat sürmeleriyle çevrelerine bunu aktarmaları mühimdir. Çalışan kişilerin bu kapsamda çalışma saatleri ve iş tatminleri arasında bir yakın bağlantı bulunmaktadır.

Güvenceli esnekliğe yönelik literatür incelendiğinde, modelin dört ayağı olduğu görülmektedir. Güvenceli esneklik ile bir taraftan işgücü piyasalarının esnekliği sağlanırken, diğer taraftan işçiye, iş güvencesi yerine istihdam güvencesi sağlamakta, bunun yanında işçinin işine ara verilen ya da son verilen dönemlerde gelir güvencesi sağlanmaktadır. Bütün sayılanların yanı sıra bireye iş ve aile hayatı arasında denge sağlama imkanı tanıyan kombine güvence ise son ayağı oluşturmaktadır.

1990'lardan itibaren güvenceli esneklik Hollanda'da kullanılmaya başlanmış bir kavramdır. Danimarka ise en çok referans gösterilen ülke olarak nitelendirilmektedir. Türkiye'de esnekleşme tartışmaları 1980'lerle birlikte yaşanmaya başlanmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Güvence Kavramı

Güven kavramı; kişisel olarak bir tarafın diğer karşı taraftan fayda göreceğine ya da en azından zarara veya istismara uğramayacağına özgü olumlu beklenti halinde olma özelliği biçiminde tanımlanmaktadır (Perks ve Halliday,2003: 339).

20. yüzyılın en son zamanında ekonomik alanda yaşanmakta olan gelişmeler, küreselleşme vakası ülkeler içerisindeki ekonomik entegrasyonlar, fazlalaşan küresel rekabet koşulları sebebiyle yalnızca işçinin korunması zihniyeti yerine işyeri ve işçinin beraber düşünülmesi gerekliliği türemiştir. Bu vaziyet devletin düzenleme, müdahale ve etkinlik alanlarının azalması anlayışını birlikte getirmiştir (Zeytinoğlu, 2006: 192).

Küreselleşme, uluslararası işgücü hareketliliği, ekonomik dönüşüm, bilişim alanında ortaya çıkan gelişmeler ve uzun süreli olan işsizliğin fazlalaşması gibi sebepler ve neticesinde çalışma yaşamında yaşanan esnekleşme, çalışmakta olanların iş güvencesi; refah devleti ve işgücü piyasası ara yerindeki dengeyi gündeme getirmektedir. Son zamanlarda buna ilişkili olarak özellikle Avrupa'da ''esneklik-güvence dengesi'' kavramı tartışmaların merkezine gitmiştir (Gündoğan, 2007: 22).

Esneklik Kavramı

Esneklik, 1980'lerden itibaren kavram olarak tartışılmaya başlamış bulunmakla beraber, ilk defa Almanya'da 1967 yılında trafik sıkışıklığının oluşturduğu işe geç gelme probleminin çözümüne ait, iki esas zamana dair esnek çalışma tatbiki olarak gündeme getirilmektedir (Topçuk, 2006: 41).

Birçok alanda esneklik tanımlanmış olmakla beraber esas olarak değişebilir manasına gelmektedir. Esneklik, kavram olarak '' bir dış kuvvetin tesiri ile değişmesi'' anlamında tanımlanabilir (Türk Dil Kurumu; Büyük Türkçe Sözlük). Çalışma yaşamında değişime uyum bulma ve değişime karşılık verebilme yeteneği olmak üzere tanımlanabilir (Rodgers, 2007: 3).

İşletme bakımından esneklik, işgücünün işletme içerisinde gerekli sayı ve zamanda kullanılması, işçi kısmı bakımından ise çalışma süresinin işverenin ve çalışanın anlaşması sonucunda işçinin istemlerine uyarlanmasıdır (Taşoğlu & Limoncuoğlu, 2010: 78).

Diğer bir tanım ise esneklik, değişikliklere uyuşma gösterebilme kapasitesini devamlı çoğaltan uygulamaların, kültürel, kurumsal veya ekonomik ve sosyal düzenlemelerin değiştirilmesidir (Zengingönül, 2003: 158-159).

Esneklik, sonuç olarak yeni çalışma yöntemlerinden biri durumuna gelmektedir (Cressey ve Jones, 1995: 72).

Güvenceli Esneklik Kavramı

Güvenceli esneklik kavramı göreceli olmak üzere yeni bir kavram olmaktadır. Bu sebeple literatür hâlâ gelişmektedir. Evrensel olarak kavramın kabul görmüş sadece bir tanımı olmamaktadır. Güvenceli esnekliği, atipik çalışmanın normalleştirilmesi olarak veya esnek işgücüne özgü sosyal koruma olarak tanımlamak olasıdır. Güvenceli esneklik tanımı, en muhtemelen ve açık şekilde çok kullanılmak üzere Wilthagen ve arkadaşları tarafından yapılmıştır (Obadic, 2009: 6).

Güvenceli esneklik, bir taraftan iş ilişkilerinin, iş organizasyonlarının (örgütlenmelerinin) ve işgücü piyasalarının esnekliğini yükseltmek ve bir taraftan da bilhassa işgücü piyasasının dışında ve içinde olan zayıf gruplar için sosyal güvenlik ve istihdam güvencesi gibi, güvenceyi planlı bir biçimde ve eş zamanlı olarak yükseltmeyi hedefleyen bir politika stratejisidir (Wilthagen & Tros, 2003: 4).

Esnek Çalışma Kavramı

Esnek Çalışma terimi gelişmiş ülkelerde son yirmi yılda çalışma saatleri ve düzenlemelerinde mühim değişiklikler oluşmuştur. Kişilerin nerelerde, ne zaman ve nasıl çalıştıkları mevzusunda daha çok çeşitlilik ve esneklik bulunmaktadır (Pettinger, 2002). İşverenlerin çalışanlarının çocuklarını okullarına götürebilmeleri için sabahları izin vermeleri ve daha sonraları gelerek işlerini sürdürmelerine olanak sunmaları neticesi esnek çalışma kavramı 1980'lerde meydana çıkmıştır (Myers, 1999).

Standart veya geleneksel çalışma yöntemi, belirli günlerde, belirli bir yerde ve belirli saatler arasında çalışma şeklinde yapılandırılmaktadır. Klasik çalışma yönteminden en eski ve ilk sapma 'vardiyalı çalışma' dır. Pek çok ülkede son yıllarda 'alternatif' veya 'esnek' çalışma uygulamaları biçiminde nitelendirilen çalışma şekillerine geçilmektedir (Bolat, Seymen & Bolat, 2006: 3).

Esnek çalışma, geleneksel/klasik çalışma sisteminden çıkmayı ifade etmektedir. Diğer başka bir anlatımla çalışanın yasaların düzenlenmesi ve korunması altında bir iş yerinin başlaması ve bitmesi öncesinden belirlenmiş kaidelerle çalışması yerine, çalışanın ve işverenin toplu iş sözleşmesi ya da hizmet akdi gibi hukuki araçları da kullanmak üzere çalışma koşullarını, gereksinimlere göre farklı biçimde düzenleyebilmelerine olanak veren serbest ve açık bir düzenin kurulmasıdır (Eryiğit, 2000: 9).

Kişilerin ne zaman çalışacağını ve ne zaman çalışmamayı seçme özgürlüğü esnek çalışma ile ilgilidir (Baltes vd., 1999: 497). Aynı zamanda esnek çalışmaya 'atipik çalışma' da denilmektedir (Süral & Pennings, 2005: 27-29). Çalışma zamanlarının en üst düzeyde tutulması, işyerlerinin kesinti olmadan çalıştırılması ve verimin düşük olmasının ortadan kaldırılması mevzusunda etkili bir yol sayıldığından, esnek çalışma şekilleri işverenler yönünden benimsenmektedir. Bununla beraber, model işçiye süresi üzerinde egemenlik sağlayabilme olanağı tanıdığından kimi işçi kısmı yönünden de bu şekilde çalışmaya sıcak olarak yaklaşılmaktadır (Çalışma Hayatında Esneklik, 1999: 27-29).

1475 sayılı eski İş Yasası yerine Haziran 2003'te yürürlüğe giren 4857 sayılı Yeni İş Yasası, üç esas ilkeye dayanmaktadır (Türkün, 2004: 8). Yeni iş yasasıyla beraber esnek çalışma işgörenler ve işveren için Türkiye'de de ehemmiyet kazanmıştır. Bunlar esnek çalışma, iş güvencesi ve Avrupa Birliği (AB) Yönergelerine uyum olmaktadır. Kanunun kabulünde gelişen teknolojiler nedeniyle yeni çalışma çeşitlerinin hızla yaygınlaşması neden olarak belirtilmiştir (Tuncay, 1999: 67).

İŞ TATMINI KAVRAMI

Tatmin kavramı, doyum, gönül doygunluğuna erişme, arzulanan bir şeyin temin edilmesini sağlama, manalarını ifade etmektedir (Halsey, 1988:884). İş tatmini işverenler ve çalışanlar bakımından, işletme içerisinde bireyin davranışa doğrudan tesir etmesi nedeniyle ehemmiyet arz eden terimlerden biridir (Baş, 2002: 19). Küreselleşen ve sınırların ortadan kalktığı bir hayatında kişilerin çalıştıkları işten hoşnut olmaları, işlerini haz alarak yerine getirmeleri, iş şartlarından ve çalıştıkları ortamdan rahatsız olmamaları ve işlerini önem vererek yapmaları iş tatminleri ile ilgilidir. Başka bir tanıma göre ise iş tatmini; "bireyin tecrübelerinin neticesinde oluşan olumlu ruh durumudur" (Erdoğan, 1999: 231). Baş'a göre iş tatmini; "kişinin iş tecrübesini ya da işinin takdir edilmesi neticesi meydana gelen olumlu ya da hoş duygusal hal" olarak tanımlanmaktadır (Baş, 2002: 19). Diğer bir tanıma göre iş tatmini yaygın olarak kişinin yaptığı işe ve işinin türlü ögelerine karşı davranış ve duygularının tümüm olmak üzere ifade edilmektedir (Çarıkçı & Oksay, 2004:158). Çalışanların yaptıkları iş neticesinde ne gibi kazanımlar temin ettikleri ve bu kazanımların ehemmiyetlilik algısı olarak iş tatmini tanımlanabilir (Rathi ve Rastogi, 2008: 48). İş tatmini söylenince, kişinin çalışma ortamında

beraber olmaktan hoşnut olduğu çalışma arkadaşları ile yapılmakta olan işten kazanılan maddi kazanç ve yarar ortaya çıkarmanın getirdiği memnunluk hissi ön plana geçmektedir (Bingöl, 1996: 270). Schneider ve Snyder (1975:318) yönünden iş tatmini, bir işin sahibi olma neticesi olarak meydana çıkan neticeler ya da işte mevcut şartların bireysel değerlendirilmesi olarak tarif edilmiştir. İş tatmini, kişinin kendi işi ile olan kapsamının ne olduğunu açıklamaktadır. Bir bireyin işlerine özgü genel tutumu ve bir kişinin iş hayatında tecrübelediği duygular ya da "duygusal tepki" dir (Elnaga ve Imran, 2014:15). Kişilerin iş tatminlerinin çoğalması, örgütsel bağlılık, örgütsel güven, işten ayrılma niyeti, örgütsel vatandaşlık vb. konuları pozitif ve olumlu yönden etkilemektedir. İşçi devir daima hızını insan kaynakları yönetimi bakımından aza indirmektedir. Bir yandan işletmeler bakımından verimliliği arttırmaktadır.

GÜVENCELİ ESNEKLİK ÇALIŞMA MODELLERİ

Güvenceli esneklik terimi bilhassa 1990'lı yıllardan bu tarafa iş hukukunda yer bularak AB istihdam politikasının esas ögelerinden birini oluşturmakta ve politikaların yönünü saptamada basbayağı bir pusula vazifesi üstlenmiştir (Alpagut, 2008: 7).

1990'ların ortalarında güvenceli esnek kavram olarak ilk kez Hollanda'da kullanılmıştır (Madsen, 2006: 3). Güvenceli esneklik terimi, esneklik ve güvencenin birbirlerini destekleyici terimler oldukları gerçeğine dayanmaktadırlar (Atabay, 2009: 53).

Güvenceli esneklik, İşgücü piyasası dışındaki ya da içindeki dezavantajlı ve zayıf gruplar bakımından bir koruma sağlama maksatı taşımaktadır. Daha fazla gençlerin ve kadınların atipik çalışma şekilleriyle istihdam edilmesiyle güvence gereksiniminin de en çok bu gruplarda sezinlenmesiyle sonuçlanmaktadır. Bu sebeple bilhassa sosyal dışlanma riski ile yüz yüze bulunan ve işgücü piyasası dışında kalan zayıf grupların istihdam edilebilirliğinin çoğaltırılması ve gelir güvenceleri güvenceli esnekliğin mühim ögelerindendir (Çakır, 2009: 82). Üretim yapısının ve piyasaların gelişmesi ve değişmesi çalışma şartlarına da yansımış ve bu manada esnek istihdamın düzenlemesi geliştirilmiştir. Bu düzen vermeler nedeniyle yarı zamanlı (Part-time) çalışma kolaylaştırılmış olarak emekli, özürlü, öğrenci ve ev kadını gibi kesimlerin emeğinden faydalanılması mümkün duruma gelmiştir. Günümüzde bu durum uzaktan çalışma, çağrı üzerine çalışma ve tele-çalışma şekilleriyle iletişim teknolojilerinin de aşırı olarak kullanılmasıyla gerçekleşmektedir (Şahin, 2014:14).). Esnek çalışma evden çalışma, yarı zamanlı, vardiya, koşullu çalışma, telework, sıkıştırılmış çalışma haftası, hatta fazla mesai ve hafta sonları gibi çalışma ögelerini kapsayabilir (Stavrou, 2005). Çoğunlukla esnek çalışma programları ilgilenmek zorunda bulundukları küçük çocukları olan ebeveynler bilhassa kadınlar yönünden kullanılır. Öbür çalışanlar, programlarında kişisel zamanlarını, doktor randevuları ya da egzersizlerini karşılamak için esneklik uygularlar (Haar, 2007).

Çalıştığı işyerinden işçinin çıkarılabilmesi daha kolay olmakta ise de, yeni iş bulmayı kolaylık sağlayan aktif işgücü piyasası ve yüksek işsizlik sigortası destekleri bu sakıncayı gidermektedir (Zeytinoğlu, 2006: 192).

ESNEK VE GÜVENCE ÇALIŞMA TÜRLERİ

Güvenceli esneklik teriminin bileşenlerine bakıldığında; dört değişik tipte esneklik ve güvence biçimi tanımlanmaktadır. Wilthagen ve Tros; 1984'te John Akinson'un dile getirdiği Esnek Şirket Modeli'ne atıfta bulunmuş ve esneklik çeşitlerini tanımlamışlardır.

- ❖ Dışsal-sayısal esneklik: İşçileri işten çıkarmada ve işe almada kolaylık ve iş sözleşmelerinde esneklik sağlanması.
- ❖ İçsel-sayısal esneklik: Şirketlerin piyasalardaki dalgalanmalara uygunluk sağlaması.
- ❖ Fonksiyonel esneklik: Şirketlerin işçilerin niteliklerini iş ihtiyaçlarına uyacak biçimde değiştirebilmesi.
- ❖ Ücret esnekliği: Başarıma göre ücretlerin değiştirilebilmesi.
- ❖ Bununla birlikte Wilthagen ve Tros, esneklik çeşitlerine benzer biçimde dört değişik güvence çeşidi tanımlamışlardır.
- ❖ İş güvencesi: İstihdamı kollamaya özgü mevzuat vasıtası ile belli bir işin aynı olan işçide sürekliliğin sağlanması.
- ❖ İstihdam güvencesi: Eğitim etkinlikleri yönüyle işçinin aynı iş olmasa bile değişik bir işte istihdamının temin edilmesi.
- ❖ Gelir güvencesi: İşçinin işine son verilse veya ara verilse dahi istikrarlı ve yeterli bir gelir temin etmesinin sağlanması.
- ❖ Kombine güvence (birleşik güvence): Sayılan güvencelerin yanında iş-yaşam uyum düzeni olarak tanımlanabilecek ve bilhassa ailevi yükümlülüklerin de güvence etkisi altına alınması (Viebrock & Clasen, 2009: 7-8).

GÜVENCELİ ESNEKLİK KAVRAMINA YÖNELİK POLİTİKALAR

Güvenceli esneklik terimine özgü politikalar dört bileşenden oluşmaktadır (Obadic, 2009: 6).

- ❖ İşverenler ve çalışanlar arasında gereksinimler doğrultusunda ilişkilerini biçimlendirebilmelerine imkan sağlayan ölçümde esnekliğe sahip iş sözleşmelerini yerine getirebilecekleri yasal ortam,
- ❖ İşler arasında geçmeyi kolaylaştıracak ve işsizliğe ait aktif işgücü piyasası politikaları,
- ❖ Çalışanların mesleki hayatları boyunca, işsizlik devirlerinde ve iş değiştirme süresinde niteliksel beklentilere ait yaşanan süratli değişime entegrasyon sağlıyabilmelerini ve istihdam gerçekleştirilebilir olmalarını sağlayacak yaşam boyu eğitim düzeni,
- ❖ İşgücü piyasasında değişim ve hareketlilik gereksinimini kolaylaştıracak biçimde işgücü piyasasından uzakta kalınan zamanlarda kâfi gelir desteği sağlamakta olan modern sosyal güvenlik düzeni (Çakır, 2009: 84).

ESNEK ÇALIŞMA İLE İŞ TATMİNİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Esnek çalışma ile iş tatmini arasındaki ilişki daha evvel yapılan birtakım çalışmalar alan yazında olmaktadır. Yarı zamanlı çalışanların performans ve iş doyumu düzeyleri tam zamanlı çalışanlara dair daha yukarıdadır (Al & Anıl, 2016). Doktor mesleği üzerine uygulanan bir çalışmada; doktorların birtakım çalışma şartları ve saatleri ile iş tatmini ara noktasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur (Mache vd., 2014).

Uluslararası rekabetin çoğalması, teknolojik ilerlemeler, üretim ve çalışma şekillerinin esnekleştirilmesi, ortaya çıkan ekonomik krizler, hizmet sektörünün büyümesi ve yoğun işsizliği gündeme getirmiştir. Bu sürede kendine ait vasıfları sebebiyle kadın işgücü esnek çalışma şekillerine uygun işgücü olmak üzere ön planda olmuştur.

Günümüzde bu çeşit çalışma şekillerinde yoğun bir biçimde kadınların istihdam yapıldığı görülmektedir (Filiz, 2011). Aydoğan vd. (2011) yapmış oldukları çalışmada iş külfetindeki çokluk kişilerde tatminsizliğe yol açtığını belirlemiş ve tatmin seviyelerini iyileştirmek için iş tanımları ve analizleri yapılarak iş külfetinin hafiflemesine ait politikalar meydana getirilmesi gerektiğini söylemişlerdir. Uygulanacak politikalardan en mühimi iş külfetini hafifletmede esnek çalışma saatleri sayılmaktadır. Bunun neticesinde iş tatminleri çoğalmaktadır. Kadın çalışanlar içinde esnek çalışma tercih edilmekte olan bir çalışma biçimidir. Kadın çalışanlar, analık, aile yükümlülükleri, çocuk bakımı, ebeveynlik gibi sorumlulukları olarak esnek çalışma şekilleri sayesinde özel ve iş hayatlarını dengede tutma olanağına sahip olmaktadır. Yapılmış olan bir dolu çalışma göstermiştir ki esnek çalışma saatleri ve iş tatmini arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Bununla birlikte bu kavramlar iş hayatında birbirlerini etkilemektedir. Kişilerin iş yaşamında tatminlerinin fazlalaştırılması ve çalışma saatlerinde kişilere özgürlük tanınması bir hayli terimi etkilemektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İşsizliğe ve ekonomik krizlere çözüm olarak ortaya çıkan, yaşanan teknolojik gelişim sebebiyle bir gereklilik durumuna gelen esnek çalışma, küreselleşmeyle beraber tüm dünyada tartışılan bir kavram olarak çalışma yaşamına girmiştir. Esneklik stratejilerinde biri olan kısmi süreli çalışma 1980'lerle beraber gelişmiş ancak işçilerin güvence problemlerini beraberinde getirmiştir. Bu sebeple 1990'lar AB ülkelerinde güvence ile esneklik beraber ele alınmıştır.

Güvenceli esneklik ilk olarak Hollanda'da ortaya çıkmış olmasına rağmen literatürde öne çıkarılan bir başka ülke de Danimarka'dır. Her ülke, refah rejimi anlayışı çerçevesinde güvence ve esneklik dengesini sağlamaya çalışmış olsa da farklı özelliklere sahip özel ve kamu yapıları başarı düzeylerinde farklılıklarının meydana çıkmasına sebep olmuştur. Türkiye'de 2003'te 4857 sayılı İş Kanunu ile esnek çalışma modellerinden kısmi süreli çalışma yasal zemine oturmuştur. Tam zamanlı çalışanlar ile kısmi süreli çalışanlar yasal açıdan eşit haklara sahip kılınmıştır.

Güvenceli esneklik, işçinin işsiz kalmasını engellemeye çalışmakla beraber, bu sonuca ulaşmak için işçi-işveren-devlet üçgeninin bir arada çalışmasını gerektirmektedir. Bunlar

topluma ve kurumlarına karşı güven duymalıdırlar. Çalışanlar ve özellikle işçi sendikaları çalışma hayatının esnekliğine yönelik düzenlemeleri desteklemeleri için işsizlere, işsizlik süresince önemli gelir kayıplarının yaşatılmamasına önem verilmelidir. Çalışma hayatında başarı ve iş tatmini olması için sosyal taraflar arasında sosyal diyalog olması gerektiği gibi toplu pazarlık mekanizması da bulunmalıdır. Bu durum, işletmelerin değişen koşullara uyumlarını kolaylaştırmaktadır. Ülkeler de sosyal taraflar, güvenceli-esnekliği geliştirmeli ve uygulamak için önem vermelidirler.

Çalışanların esnek çalışma saati düzeyi alt boyutlarından iş sorumluluğu ile iş tatmini düzeyi alt boyutlarından içsel iş tatmin ve dışsal iş tatmin arasındaki ilişkinin belirlenmesi için yapılan araştırmalar sonucunda iki değişken arasında aynı yönlü ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Buna göre içsel iş tatmini ile iş yaşam dengesi, dışsal iş tatmini ile iş yaşam dengesi, iş tatmini ile iş yaşam dengesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre çalışanların esnek çalışma saati düzeyleri arttıkça, iş tatmini düzeyleri de artmaktadır. Çalışan kadınların çalışma saatlerinin esnek olması, çalışanların işlerinden elde edecekleri tatmininde olumlu yönde artmasına neden olabilecektir. Ayrıca çalışanların iş tatmini, iş ve yaşam dengelerinin sağlanmasında önemli bir yere sahiptir. İş yaşam dengelerinde meydana gelen olumlu gelişmeler iş tatminlerinin olumlu yönde artması ile sonuçlanabilecektir. Çalışanların çalışma şartlarının esnekleştirilmesi, işten aldıkları tatmin düzeyinin yükselmesine neden olabilecektir.

Esnek çalışma daha çok hizmete yönelik işletmelerde uygulanmaktadır. Konu ile ilgili daha sonra yapılacak olan çalışmaların, üretim yapılan işletmeler, mesaili çalışma yapılan yerler gibi çalışma şartlarının daha ağır olduğu yerlerde yapılması, elde edilecek sonuçların daha farklı göstergelere ulaşmasını sağlayabilir.

KAYNAKÇA

1. AL, A. D. & ANIL, İ., (2016), "The Comparison of the Individual Performance Levels Between Full-time and Parttime Employees: The Role of Job Satisfaction". Procedia-Social and Behavioral Sciences, 235, 382-391.
2. ALPAGUT, G., (2008), "AB'nde Güvenceli Esneklik ve Türkiye'deki Yasal Düzenlemeler", TİSK Akademi Dergisi, C:3, S:5, s. 6-37.
3. ATABAY, G. & ÇANGARLI, B. G., (2009), "Güvenceli Esneklik Çalışma Modeli ve Olası Sonuçları", LİMONCUOĞLU, A. (Ed), Güvenceli Esneklik, İzmir Ekonomi Üniversitesi Yayınları No:027, 2009, s.53.
4. AYDOĞAN, E., K.ÖSE, A. & ŞENEL, G., (2011), "Devlet Hastanelerinde Çalışan Üst Düzey Yöneticilerin İş Tatminlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Ampirik Çalışma: Trabzon İli Örneği", Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, (21), ss. 119-138
5. BALTES, B., BRIGGS, T., HUFF, J. & WRIGHT, J., (1999), "Flexible and Compressed Workweek Schedules: A Meta-Analysis of Their Effects on Work-Related Criteria", Journal of Applied Psychology, 84, 496–513.
6. BAŞ, T., 2002. "Öğretim Üyelerinin İş Tatmin Profillerinin Belirlenmesi, İzmir D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi, 17(2), ss. 19-37.
7. BİNGÖL, D., (1996), "Personel Yönetimi", Beta Yayınevi, İstanbul.
8. BOLAT, T., SEYMEN, O. A. & BOLAT, O. İ., (2006), "Örgütlerde Esnek Çalışma Uygulamaları ve Buna İlişkin Olarak 4857 Sayılı İş Kanununda Getirilen Düzenlemelerin İncelenmesi", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C:8, S:1, s. 1-30.
9. CRESSEY, P. & JONES, B., (1995). Work and Employment in Europe: A New Convergence. Routledge, London.
10. ÇAKIR, Ö., (2009), "Avrupa Birliğinde Güvenceli Esneklik ve Eğilimler", Sosyoekonomi Dergisi, C:2, S:10, s.

77-94.

11. Çalışma Hayatında Esneklik, TİSK Yayınları, Kasım, 1999, Yayın No: 190.
12. ÇARIKÇI, İ. H. & OKSAY, A., (2004), "Örgütsel Yapı ve Meslek Farklılıklarının İş Tatmini Üzerindeki Etkileri: Hastane Çalışanları Üzerine Bir Araştırma", Süleyman Demirel Üniversitesi, İ.İ.B.F.Dergisi, 9(2). 157-172.
13. ELNAGA, A. A. & IMRAN, A., (2014), "The Impact of Employee Empowerment on Job Satisfaction Theoretical Study", American Journal of Research Communication, 2(1), ss. 13-26
14. ERDOĞAN, İ., (1999), "İşletme Yönetiminde Örgütsel Davranış", İstanbul: İ.Ü. İşletme Fakültesi, İşletme İktisadi Enstitüsü, Araştırma ve Yardım Vakfı Yayın No:5.
15. ERYİĞİT, S., (2000), "Esnek Üretim, Esnek Organizasyon, Esnek Çalışma", Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi, C:5, S:4, s. 1-16.
16. FİLİZ, Y., (2011), "Esnek Çalışma Biçimlerinin Kadın İstihdamına Etkileri: Avrupa Birliği İstihdam Politikaları ve Türkiye Karşılaştırması", Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Ankara, s. 66.
17. GÜNDOĞAN, N., (2007), "İşgücü Piyasasında Esneklik-Güvence Dengesi: Danimarka Modeli", Çimento İşveren Dergisi, Mayıs, C:21, S:3, s. 22-37.
18. HAAR, J. M., (2007), "Exploring the Benefits and Use of Flexitime: Similarities and Differences", Qualitative Research in Accounting and Management, 4(1), 69-82.
19. HALSEY, W., (1988), "Macmilan Contemporary Dictionary", ABC Yayınevi, İstanbul.
20. MACHE, S., VITZTHUM, K., KLAPP, B. F. & DANZER, G., (2014), "Surgeons' Work Engagement: Influencing Factors and Relations to Job and Life Satisfaction", The Surgeon, 12(4), 181-190.
21. MADSEN, P. K., (2006), "Flexicurity, A New Perspective on Labour Markets and Welfare States in Europe", CARMA Research Paper, Centre for Labour Market Research, s. 3.
22. MYERS, S., (1999), "Flextime Catches on in Business, But Size Matters", Providence Business News, 14, 16–19.
23. OBADİC, A., (2009), "The Danish Flexicurity Labour Market Policy Concept", University of Zagreb, Faculty of Economics and Business, Working Paper Series Paper No:09-04, s. 6.
24. PERKS, H. & HALLIDAY, S.V., (2003), "Sources, Signs and Signalling for Fast Trust Creation in Organisational Relationships", European Management Journal, 21(3): 338-350.
25. RATHI, N. & RASTOGI, R., (2008), "Job Satisfaction and Psychological Well-Being", The Icfai University Journal of Organizational Behavior, 7(4), ss. 47-57.
26. RODGERS, G., (2007), "Labour Market Flexibility and Decent Work", United Nations Department of Social Affairs (DESA) Working Paper No: 47, Temmuz, s. 3.
27. SCHNEIDER, B. & SNYDER, R. A., (1975), "Some Relationships between Job Satisfaction and Organization Climate", Journal of Applied Psychology, 60(3), ss. 318-328.
28. STAVROU, E., (2005), "Flexible Work Bundles and Organizational Competitiveness: A Cross-National Study of the European Work Context", Journal of Organizational Behavior, 26, 923-947.
29. SÜRAL, N. & PENNINGS, F., (2005), "Türk İşgücü Piyasasının Esnekleştirilmesi ve Modernleştirilmesi", Tilburg/Ankara, Aralık, s.3.
30. ŞAHİN, T., (2014), "Esnek Çalışma Düzenlemelerinin Örgütsel Bağlılığı Sağlamaya Etkisi: Başbakanlık Örneği", Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazi Üniversitesi, Ankara.
31. TAŞOĞLU, J. & LİMONCUOĞLU, A., (2010), "4857 Sayılı Kanun Kapsamında Esnek Çalışma", Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, C:2, S:2, s. 77-85.
32. TOPÇUK, Y., (2006), "Telafi Çalışması Yapan İşçilerin Sosyal Güvenliği", E-Yaklaşım Dergisi, Aralık, S:41.
33. TUNCAY C., (1999), "Değişim, Esneklik ve Türkiye İçin Çözüm Önerileri", MESS Mercek Dergisi Esneklik Özel Sayısı, 67-81.
34. Türk Dil Kurumu; Büyük Türkçe Sözlük.
35. TÜRKÜN A., (2004), "Toplumsal Vicdanda Görünürlükten Kamusal Alanda Görünürlüğe: Ev Eksenli Çalışan

Kadınlar", SAV Almanak Analizleri.

36. VIEBROCK, E. & CLASEN, J., (2009), "Flexicurity – A State-of-the Art Review", Reconciliation of Work and Welfare Working Paper, REC-WP, s. 7-8.
37. WILTHAGEN, T. & TROS, F., (2003), "The Concept of 'Flexicurity': A New Approach to Regulating Employment and Labour Markets", Tilburg University Research Paper, November, s. 4.
38. ZENGİNGÖNÜL, O., (2003), "Sosyal Politika-Esnek Çalışma Biçimleri Paradoksunda Avrupa Birliği Örneği", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Ekim-Aralık, C:5, S:4, s. 157-171.
39. ZEYTİNOĞLU, E., (2006), "İş Hukukunda Esneklik ve 4857 Sayılı İş Kanunu'na Çeşitli Yansımaları", İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Güz, Yıl:5, S:10, s. 191-202.



23.

Effects On Organizations With the Invisible Face of Technology

Nida Palabiyik*

Abstract

It is inevitable that there will be some changes in the world along with the progress of the age and these changes will be seen as technological advances. There are many arguments about whether technology is beneficial or harmful. However, it is a known fact that technology has both positive and negative results in human life. in particular, because of technological advances, the use of digital tools and platforms has been intensively used, and the frequency of encountering what can be called "e-disease" has also increased. in this study, some technological problems that arise due to technology and spread rapidly as a disease are discussed. Within the scope of the study, it is tried to examine the effects of these e-diseases, which are caught by individuals rather than individual problems, in terms of organizations. From this point of view, firstly, as a basic problem related to the use of intensive technology, technology addiction was given. Then, some e-diseases which came into existence because of technological addiction were mentioned and a two-dimensional evaluation was made in terms of organizations.

Keywords: Technology, Addiction, E-diseases, Organizational Functioning.

Lect., Yozgat Bozok University Vocational School of Health Services.

Introduction

Considering the developments from the past to the present, it can be understood how much progress has been made at the global level. When we compare the past with the present, people's lifestyles, behaviors, communication styles, etc. Many factors have changed. It would not be wrong to say that one of the main developments that pioneered this change is technology. Along with technological advances, the elements that we can call the "center of gravity" in people's lives have also begun to change. When we look at today, the basic element in this center of gravity is the internet. So much so that the internet has become an important tool that people use to communicate, on the one hand, and that organizations use both in intra-organizational communication and in reaching consumers, on the other. With the increasing area of technology in our daily lives, it has become an indispensable part of life at the level of addiction. Daily news tracking, social media usage, e-mail tracking, teleconferencing, etc. Many activities can be carried out in real-time. in this way, one of the main reasons for the technology addiction that occurs over time is the intention to keep up with the rapid data flow and change (Ertemel and Aydın, 2018, p. 666). Technology addiction, which is spreading day by day for many similar reasons, also causes some problems called e-disease. in this study, while talking about the problems that arise due to technology, the expression "e-disease" as it is called by Duygulu (2017).

In the study, some e-diseases were mentioned, and an attempt was made to evaluate them in terms of organizations. in this sense, the aim of the study is to reveal the two-dimensional aspects of e-diseases, which are often mentioned individually as a part of social life, which are thought to be beneficial and objectionable in organizational life.

Technology Addiction

According to the definition made by the Turkish Language Association, technology is "the knowledge of application, the science of application that covers the construction methods related to an industry branch, the tools, equipment and tools used and their usage patterns". in terms of today's conditions, technology; Although it is generally perceived as electronic devices such as television, computer, smart phone and related applications, it actually expresses the presentation of a needed information to the service of the world community by including different disciplines such as science, mathematics, culture and all economic and social activities (Aksoy, 2003, p. 5). Such a service can also have different effects on people. in other words, the results of the use of technology can be both positive and negative. Although the convenience that technology provides to human life cannot be ignored, the change that takes place in the nature of the relationship between human and technology day by day brings criticisms about technology. in particular, the increasing prevalence of the use of technological tools in social life brings the discussion of technology addiction to the agenda. The phenomenon of addiction, which we can define in general terms as the inability to stay apart from an event or object, has started to become an important psychological, physiological, and social problem (Beyazyürek and Şatır, 2000, p. 51). According to the definition made by Ögel (2001, p. 35), addiction is it

is the state of being unable to quit a substance that a person uses despite wanting to quit and wanting to increase the frequency of use from day to day. The concept of addiction, which is generally considered as substance addiction as in this definition, can be examined in two categories in the literature: substance addiction and behavioral addiction. Griffiths (2000, p. 414) expressed addictions that occur because of people's machine interaction, regardless of chemical substance use, as behavioral addiction. Technology addiction is one of the behavioral addictions. The similar effects of forgotten mobile phones, computers without internet connection and mobile phones on different individuals appear as an important symptom of technology addiction. in this sense, the problem of technology addiction can affect many areas from people's social life to business life. Six criteria were put forward by Griffiths (2005, p. 193-196) to determine the symptoms of addiction:

- ***Salient:*** Technology begins to dominate the thoughts and actions of the user by attracting attention.
- ***Mood Modification:*** The user's relaxation and mood changes when using technology.
- Tolerance: The user's tendency to use more technology to increase the excitement they get from using technology.
- ***Withdrawal Symptoms:*** The user has negative feelings when he or she cannot access the technology.
- ***Conflict:*** The user experiences internal conflicts related to his/her social life and responsibilities due to the use of technology.
- ***Relapse:*** Inability of the user to reduce the use of technology voluntarily.

It is seen that technology addiction has reached a dimension that includes the above six components from the beginning. With these components, which show that technology use turns into addiction at an undetected speed, technology addiction can occur in two different ways, depending on whether the user takes an active or passive role (Griffiths, 1995, p. 15). For example, while users take an active role in addiction to a technological game, they can take a passive role in television addiction. to make this situation more understandable, technology addiction can be divided into three categories in terms of the tools used (Güçlü, 2015, p. 53-71):

- ***Internet Addiction:*** Today, the Internet is used extensively by all age groups, as it has become easily accessible. This situation has revealed the phenomenon of internet addiction. Internet use has become extremely common with its feature of making life easier due to technological advances in many areas such as daily work, schools, workplaces. It is seen that many studies on internet addiction aim to determine the interaction of the time spent on the internet with various factors. in this sense, some programs are implemented to prevent the use of the internet for special purposes in some workplaces operating in both the private and public sectors.
- ***Mobile (Smart) Phone Addiction:*** One of the most striking developments in communication technology has been the introduction of smart phones into our lives. in

this sense, the greatest convenience provided by the telephone to human life has been that it has removed the barrier of space and time (Bal, 2013, p. 2). Especially with the use of smart phones, it has become important for both people and organizations to reach the right information quickly and use time effectively. People are increasing the intensity of using smartphones day by day, at every moment and at every stage of their lives. Thus, mobility provides the opportunity to both get things done and communicate for various purposes such as listening to music, shopping, accessing information, examining official documents, following e-mails closely, without the constraints of time and place.

- ***Digital Game Addiction:*** Many studies have been conducted to determine the effect of the game on both children and adults. According to Horzum (2011, p. 58), the game; It offers benefits such as increasing the ability to communicate with others, providing language dominance, acting freely, eliminating the sense of curiosity, and improving problem-solving skills. However, as of today, some problems caused by being able to easily access digital games anytime and anywhere are also being investigated. in his research on these problems, Çok et al. (2004, p. 11) stated that the game culture is changing, and games that are compressed into technological tools have begun to be preferred instead of games played in parks and gardens. However, it is possible to come across many studies in the literature that school-age youth are negatively affected psychologically and socially because of their unconscious use of technology.

The Invisible Side of Technology: E-Diseases

When we look at the lifestyle in our age, we see that technology has become widely used by all age groups. Even a child who is not yet literate can successfully use many technological devices such as television, telephone, and internet. in an age where we are so intertwined with technology, one of the reasons for many health problems experienced is technological addictions. Especially with the ease of access to the internet, it encourages people to turn to technological tools. Thus, one becomes dependent on technology without even being aware of it. The constant behavior habits that this addiction creates on people, called e-disease, can lead to negative effects on health. Although these negativities are increasing day by day, the most known ones are mouse syndrome, ego surfing, infomania, stalking (Google tracking), cyberchondria, photolurking, crackberry addiction, cheesepodding, blog streaking, nomophobia, hikikomori, Fomo, Youtube narcissis, myspace impersonation, and wikipediholism (Batu and Güler-İplikçi, 2018, p. 641-645). in this section, some of the related e-diseases are included by considering the effects based on businesses.

Fomo (Fear of Missing Out)

Translated as “fear of missing out on developments” in the Turkish literature, Fomo has emerged as a new form of addiction due to the fact that people are afraid of not being aware of developments and especially missing the developments in social networks through the use

of the internet and smart phones that have become widespread with technology (Przybylski et al., 2013, p. 1842). Although it is a frequently experienced situation in social life, the concept was expressed by Voboril in 2010 and its effect on our behavior was mentioned in the JWT Intelligence (James Walter Thompson Intelligence-JWT-2012) Report (Aydın, 2018, p. 2).

It is observed that the use of the internet and social networks is constantly increasing around the world. According to the Digital Turkey Report prepared in January 2021 with the cooperation of “We Are Social” and “Hootsuit” agencies, there are 65.80 million (77.7% of the population) internet users and 60 million (70.8% of the population) in Turkey is a social media user (Kemp, 2021). When compared to the data of the previous year, it was observed that there was a 6% increase in internet usage and an 11% increase in social media usage. in addition, it has been stated that people spend an average of 8 hours a day on the Internet and an average of 3 hours on social media. According to Przybylski et al. (2013, p. 1841), the driving force behind the increase in social media usage is Fomo. on the other hand, the intensification of social media use also increases Fomo. People are constantly interested in what others do and seek to be aware of them. People with Fomo have concerns about being late in following the updates made by others on the social network (Przybylski et al., 2013, p. 1843). At the same time, it is observed that such people cannot decide what to do until they learn what others are doing (Tarhan, 2012, p. 20). Fomo, which expresses a situation that is frequently encountered by everyone in different ways and levels, can cause some social, psychological, and physical problems. When people do not feel accepted in the social environment they are in, they turn to virtual environments and start to experience concerns such as following social media posts, sharing, increasing the number of likes, and after a while, they begin to perceive social media as a basic need. Thus, people distance themselves from real life and start to spend most of their time on social media. This situation brings with it many problems such as eye disorder, sensory disorder, perception problem, depression, distraction.

Nomophobia

The main factor that brings technology to the center of human life is that technological tools have been brought to an easily portable size. People can use tools such as computers, tablets, smartphones without time and place restrictions. Especially thanks to smartphones, it can be used at work, in the car, in travel, etc. Social networks can be used in every moment of daily life. Thus, smartphones have started to be seen as a necessity and have become an element of addiction. After this situation, people started to experience the fear of being deprived of these opportunities. This situation, called nomophobia, was expressed by the University of Connecticut researcher David Greenfield with the word “Nomophobia” derived from the words “No Mobile Phone” (Öz and Tortop, 2018, p.147). The term nomophobia is used to describe the discomfort or anxiety experienced by the individual when it is not possible to reach communication devices such as mobile phones and computers. This definition also includes other means of communication such as computers, but the focus has been on smartphones. Nomophobia refers to the anxiety, stress, and anxiety that people feel when they cannot reach their phones, tablets or other virtual communication tools, and the degree of dependence on their

phones for completing tasks, accessing information, and staying in touch with others (Erdem, Türen, and Ercil, 2017, p. 20). This discomfort makes people want to worry when their phones are not with them or to constantly check their phones when they are with them (Polat, 2017, p. 168). Social media is the most well-known cause of nomophobia. in the absence of social media communication, many people find the use of the phone unnecessary. For this reason, the anxiety of disconnecting the internet connection that provides social media access can also be shown as one of the symptoms of nomophobia. Emotions such as constantly checking the phone, not being indifferent to incoming notifications, and wanting to carry the phone with you always can be shown as the main symptoms of nomophobia. Nomophobia is seen as a disease of the technology age because it causes long-term wrist and neck pain, distraction, obsessive-compulsive disorder. in one of their first studies on nomophobia, King, Valença, and Nardi (2010, p. 52) defined nomophobia as a 21st century disorder because of new technologies.

Stalking (Google Tracking)

One of the e-diseases that emerged through the internet, which has become an integral part of our lives with the development in communication technologies and the social networks that have developed accordingly, is a behavior called "stalking". The concept of stalk, which has passed into our language from the English word "stalking", is expressed as "to approach silently, to sneak in, to sneak around, to stalk, to walk with slow steps, to walk with dignity, to hug" (Akmeşe and Deniz, 2017, p. 24). Rather than these dictionary definitions, which express a physical stalking activity, today, it is used in the sense of tracking someone else's profile secretly and collecting information about someone else in virtual environments. in this sense, this concept, which is used as "stalking" in our language, is interpreted as "secret stalking" in Turkish. The stalking activity, which can be considered as a criminal behavior in real life, is used extensively by social media users to satisfy their curiosity. While the idea of stalking and spying on a person in real life is seen as an act of disturbing people, it is considered very usual to do this through social media. This seemingly harmless act can reach the level of perversion in some people (Akmeşe and Deniz, 2017, p. 25). Niedzviecki (2010, p. 17) stated that the word stalking means obsessively watching every detail of someone else without him noticing, implying that stalking reflects obsessive behaviors. People turn to stalking when they want to communicate psychologically but cannot communicate in real life or when they think it is impossible to communicate. While this situation causes harm to the person's self, it can also open the door to many psychological problems.

One of the situations that should be examined as the other dimension of the stalking disease has been "virtual lives". People reflect themselves as they want to be, not as they are, in all kinds of verbal, written or visual communication they establish through social media. in fact, the person takes on a virtual personality by escaping from his real self in this way, and the satisfaction he obtains makes the person dependent on virtual networks by alienating him from his real self. These emerging virtual selves are satisfied with the feedback they receive by constantly posting about their daily lives on social media to be observed or followed by others. As a result, the situation called "stalking" has become an e-disease that is met with the utmost

commonplace today.

Photolurking

Photolurking, which is a combination of the words "photo" and "lurking", which means "photo" and "sneak watch" in English, refers to the state of looking at, liking and commenting on the photos of others for hours on the internet (Tekayak and Akpınar, 2017, p. 96). People with a tendency in this direction spend most of the day looking at the photos of people who share on social networks such as Facebook and Instagram, and this situation starts to become an obsession after a while. Today, the widespread use of mobile phones has mediated the photolurking trend to become an obsession.

Hikikomori

Hikikomori, which can reach dangerous dimensions in countries where technology is used intensively, means "to withdraw from society" in Japanese (Tekayak and Akpınar, 2017, p. 95). Today, this type of e-disease is increasing day by day because of the introduction of technological tools to children instead of games and toys from a young age. This condition, which was first defined as a disease by Tamaki Saiko in 2000, causes people to move away from real life and disconnect from people. Hikikomori disease, which drives people into loneliness without being aware of it, causes people to delay even their physiological needs when the computer addiction it creates reaches very advanced dimensions. Since people with Hikikomori phenomenon have depression and suicidal tendencies in the future, it is not only considered as an addiction, but also as a disease.

Crackberry

Crackberry disease, which expresses the need for people to constantly check their mail and social media notifications, can be seen frequently in senior managers (Batu and Güler-İplikçi, 2018, p. 643). While some people may have to constantly check their corporate mail as a requirement of their job, some people do this just out of curiosity. However, whatever the reason is, it is considered as one of the e-diseases that have entered our lives with technology. Because individuals become obsessed by repeating this behavior regardless of time and place.

The Effects of Technology on Organizations with the Invisible Face

The effects of technological developments on individuals and society are the subject of many studies. At the same time, businesses trying to ensure sustainability in an environment of uncertainty and competition can be affected both positively and negatively in parallel with the developments in technology. in this direction, technological advances appear as an important factor that pushes organizations to change. Technological advances can cause uncertainty by creating changes in competitive elements and reverse the competitive advantages of enterprises (Kanter, 1999). Especially the rapid developments in computer technologies and the cost advantages provided by these developments require organizations to use computer and communication technologies intensively. However, along with this requirement, it should not be overlooked that technology has many advantages and advantages as well as disadvantages. Technology can directly affect organizations positively or negatively. E-diseases that arise

in relation to the addiction created by technology on people can not only harm individuals, but also negatively affect organizations indirectly. The use of developments in information and communication technologies for non-business purposes may cause undesirable results in organizational life (Liberman et al., 2011, p. 2192). Considering that every technological advance has an increasing effect on people's virtual addiction, organizational activities may be disrupted because employees cannot leave their various addictions called e-diseases during working hours. The fact that employees are constantly under the influence of common e-diseases such as nomophobia, fomo, photolurking and crackberry can cause loss of productivity for organizations (Stanton, 2002, p. 56). When this effect reaches unavoidable dimensions, in addition to financial losses, it may even cause organizations to lose their reputation in the public by violating ethical standards. E-diseases, which can cause distraction to employees during working hours, can also bring work accidents. This situation can create both a legal and a conscientious responsibility on the management of the organization. Depending on the e-disease levels of the employees, it can be said that the most common problems experienced by the organizations are the decrease in productivity, financial problems, increase in complaints and work accidents. in addition, depending on the e-disease level of an employee, there may be negative reflections on the organizations through other employees. Organizational activities neglected by an employee who spends too much time on virtual activities for non-work purposes can create an excessive workload on other employees. Organizational management, which does not realize or care about e-diseases and the organizational effects it creates, cannot see that the workload of other employees is increasing, and this causes job dissatisfaction, and it may be inevitable to decrease organizational performance. in short, because of the e-diseases of some employees exceeding a certain level in organizational life, the workload of other employees may increase and accordingly, job dissatisfaction or conflicts may increase. These problems require effective management of information and communication technologies, which are an indispensable organizational resource. to provide an effective management, it is necessary to understand the factors that cause behaviors in the direction of e-disease, which can have negative consequences for employees and the organization.

Another point of view regarding the impact of e-diseases, which spread rapidly in society, on organizational life includes consumers. It is thought that some e-diseases affect consumption behaviors and encourage people to consume at increasing rates. With this idea, which reveals a new understanding of consumption, organizations tend to create alternative consumption areas in order not to lose consumer awareness. It is seen that e-diseases, especially caused by social media, lead people to consumption in the field of travel and entertainment (Hodkinson, 2016, p. 16). Nowadays, when the desire to follow others constantly through social media has reached high levels, it is seen that people begin to fear being away from certain things and cause problems that are often mentioned as e-disease. Fear of being away from the phone or the internet, fear of missing developments, etc. Most e-diseases arise because of the desire to be constantly present in the virtual environment and social media (Aydın, 2018, p. 416). The perception that others lead a better-quality life that cannot be reached by everyone, or the

thought that consumption demands can be changed in line with the consumption preferences of others triggers instinctive consumption. Organizations that see this situation as an opportunity can make purchasing behavior attractive with various strategies such as creating alternative consumption areas, creating a perception of scarcity, making them feel privileged or offering social proof. Through these strategies, organizations trigger consumers' fears in the form of e-diseases and thus make consumers decide to buy quickly out of fear. As one of the e-diseases that have become widespread especially recently, Fomo enables organizations to achieve success with the strategy of "creating fear". While organizations do this, they primarily create the perception on consumers that time and the number of products are limited. Then, people who are taken as role models in social media are provided to present their experiences about the product or service. Finally, the fear of being ordinary, which lies at the heart of Fomo, is activated, creating a perception that consumers should use the product or service offered so that they feel privileged and special. Thus, e-diseases such as Fomo, which spread among people, are becoming an important marketing opportunity for organizations. However, to use this opportunity successfully, it is not enough just to be aware of the fears posed by e-diseases. Keeping in mind that internet users can actively participate in different virtual platforms, it is necessary to consider the psychology of using social media. The most difficult task to do in this direction is to exhibit the ability to attract the attention of users who can browse different platforms quickly in a very short time. Organizations have seized an important opportunity if they can make a difference among more than one content and attract people's attention. Thanks to these advantages that e-diseases provide to organizations, a new field of competition emerges and organizations that can be successful in this competition can make great profits.

Conclusion

In different areas of life, people often benefit from technology for different purposes. Due to the rapid adoption of technology developments in life, new generation diseases that have the potential to create effects at different levels beyond traditional diseases have begun to emerge. While research on their physiological effects continues, their psychological and social effects are among the topics that are frequently discussed. Situations such as Fomo, nomophobia, stalking, photolurking, hikikomori and crackberry addiction, which are called e-diseases, create different effects in many areas. One of these areas is organizational life. The effect of these diseases in organizational life can be evaluated in two dimensions. First, the negative impact of e-diseases on organizational processes should be considered from the negative climate dimension reflected by each disease word. From this point of view, the use of technological tools, which are expected to facilitate the flow of communication in organizational processes and allow the work to be done quickly and flexibly, can change the outcome of these expectations. Considering the increase in the quality and number of wearable and portable technologies, it can be clearly seen that the rate of technology use in organizations has increased exponentially. However, parallel to this, the increase in the incidence of technology-related e-diseases among people also increases the abuses in organizational life. The use of tools such as the Internet and computers for non-business purposes can cause disruption of work and decrease productivity.

Some e-diseases, such as staying away from the phone, being behind the developments on the internet or social media, can cause employees to have an accident during work hours by experiencing distraction. Similarly, employees whose e-disease levels reach high levels increase the frequency of using technological tools for non-work purposes. in such a situation, there may be an increase in the workload of other employees so that the work can run smoothly. in this sense, when employees reflect their e-diseases to organizational processes, an increase in workload, work accidents, customer complaints and financial problems may occur. Therefore, determining the underlying reasons why employees carry their e-diseases to the organization can reduce possible abuses.

The second evaluation dimension regarding the effects of e-diseases on organizations includes consumers. in such a period when every consumer uses technology, albeit at different levels in the society, it can be possible to direct potential consumers to the organization. Some e-diseases, especially seen as following the consumption habits of others, can encourage people to tend to consume more. Strategies developed in the face of such a situation that allow easier access to different consumers will increase the profit share and success of organizations. For example, during the discount periods, the perception of scarcity is instilled in the consumers so that they tend to consume. Similarly, persuasion strategies that offer products that will make consumers feel special can encourage increased consumption. in this sense, the negative dimension of e-diseases at the level of employees can be reduced, and the opportunity to benefit from the advantages it will provide to organizations in marketing strategies can be obtained. It is important to adopt a balanced management strategy, considering that technology and some situations related to it bring many advantages that will ensure sustainability instead of focusing only on solving the negative effects.

References

1. Akmeşe, Z., and Deniz, K. (2017). Stalk, benliğin izini sürmek. *Yeni Düşünceler*, 8, 23-32. Access Address: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/393155.
2. Aksoy, H. H. (2003). Eğitim kurumlarında teknoloji kullanımı ve etkilerine ilişkin bir çözümleme. *Eğitim Bilim Toplum*, 1(4), 4-23. Access Address: https://www.academia.edu/1501512/Eğitim_kurumlarında_teknoloji_kullanimi_ve_etkilerine_iliskin_bir_çözümleme.
3. Aydın, H. (2018). Sosyal medya trendi olan fomo'nun pazarlama alanında kullanımı üzerine literatür taraması. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-9. Access Address: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/565502.
4. Bal, E. (2013). *Teknoloji çağında cep telefonu kullanım alışkanlıkları ve motivasyonlar: selçuk üniversitesi öğrencileri üzerine bir inceleme* (Doctoral Thesis). Access Address: https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp
5. Batu, M., and Güler-İplikçi, H. (2018). Yeni medya rahatsızlıkları: Yeni nesil medyaya farklı bir bakış. B. E. Darıcı (Ed.), *International Conference on Applied Economics and Finance IV. Extended with Social Sciences* (p. 637-651). Kuşadası. Access Address: https://www.researchgate.net/profile/Handan-Gueler-Iplikci/publication/330441059_YENI_MEDYA_RAHATSIZLIKLARI_YENI_NESIL_MEDYAYA_FARKLI_BIR_BAKIS/links/5c403c2e92851c22a37ae51b/YENI-MEDYA-RAHATSIZLIKLARI-YENI-NESIL MEDYA YA-FARKLI-BIR-BAKIS.pdf
6. Beyazyürek, M., and Şatır, T. (2000). Madde kullanım bozuklukları. *Psikiyatri Dünyası*. 4, 50-56. Access Address: https://silo.tips/download/ynsanolunun-bazy-maddelerin-kendi-ruhsal-durumunu-madde-kullanym-bozukluklary-

ze.

7. Çok, F., Artar, M., Şener, T. and Bağlı, M. (2004). *Kentlerde açık alanlarda çocuk oyunları: Ankara örneği*. B. Onur and N. Güney (Ed.), Türkiye'de Çocuk Oyunları: Araştırmalar (p. 16-28). Access Address: https://dspace.ankara.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/ 20.500.12575/4885/Türkiye%27de%20Çocuk%20Oyunları%20Araştırmalar.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
8. Duygulu, S. (2017). İnternet ve sosyal medya hastalıkları: E-hastalıklar. Access Address: https://www.hurriyet.com.tr/aile/yazarlar/serap-duygulu/internet-ve-sosyal-medya-hastaliklari-e-hastaliklar-376481.
9. Erdem, H., Türen, U., and Ercil, Y. (2017). İş yükü fazlalığı algısını oluşturan nedenlerden birisi nomofobi (no mobile phone phobia) olabilir mi?. *Yönetim ve Çalışma Dergisi*, 1(2), 16-30. Access Address: https://www.academia.edu/38104231/İş_Yükü_ Fazlalığı_Algısını_Oluşturan_Nedenlerden_Birisi_Nomofobi_No_Mobile_Phone_Phobia_Olabilir_Mi_Could_Nomophobia_No_Mobile_Phone_Phobia_be_One_of_the_Causes_of_Role_Overload_Perception
10. Ertemel, A., and Aydın, G. (2018). Dijital ekonomide teknoloji bağımlılığı ve çözüm önerileri. *ADDİCTA: The Turkish Journal on Addictions,* 5(4), 665-690. doi: https://dx.doi.org/10.15805/addicta.2018.5.4.0038.
11. Güçlü, G. (2015). *Yaşam boyu öğrenme argümanı olarak teknoloji bağımlılığı ve yaşama yansımaları* (Master Thesis). Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Access Address: https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp
12. Griffiths, M. (1995). Technological addictions. *Clinical Psychology Forum*. 76, 14-19. Access Address: https://www.researchgate.net/publication/284665745_Technological_ addictions
13. Griffiths, M. (2000). Internet addiction-time to be taken seriously?. *Addiction Research*, 8(5), 413-418. doi: https://doi.org/10.3109/16066350009005587.
14. Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197. doi: 10.108014659890500114359.
15. Hodkinson, C. (2016). Fear of missing out (fomo) marketing appeals: a conceptual model. *Journal of Marketing Communications*, 20(20), 1-23. doi: 10.1080/13527266.2016.1234504.
16. Horzum, M. (2011). İlköğretim öğrencilerinin bilgisayar oyunu bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 36(159), 56-68. Access Address: http://egitimvebilim.ted.org.tr/index.php/EB/article/view/268/238
17. Kanter, R. M. (1999). From spare change to real change: the social sector as beta site for business innovation. *Harvard Business Review*, Access Address: https://hbr.org/1999/05/from-spare-change-to-real-change-the-social-sector-as-beta-site-for-business-innovation.
18. Kemp, S. (2021). Digital 2021: Turkey. Access Address: https://datareportal.com/ reports/digital-2021-turkey: Datareportal.
19. King, A., Valença, A., and Nardi, A. (2010). Nomophobia: the mobile phone in panic disorder with agoraphobia reducing phobias or worsening of dependence?. *Cognitive and Behavioral Neurology*, 23(1), 52-54. doi:10.1097/WNN.0b013e3181b7eabc.
20. Liberman, B., Seidman, G., Mckenna, K., and Buffardi, L. (2011). Employee job attitudes and organizational characteristics as predictors of cyberloafing. *Computers İn Human Behavior*, 27(6), 2192-2199. doi: 10.1016/j.chb.2011.06.015.
21. Niedzviecki, H. (2010). *Dikizleme günlüğü*. (Ç. G. Gündüz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
22. Ögel, K. (2001). *Madde bağımlılarına yaklaşım ve tedavi*. İstanbul: Kültür Sanat Yayıncılık.
23. Öz, H., and Tortop, H. (2018). Üniversite okuyan genç yetişkinlerin mobil telefon yoksunluğu korkusu (nomofobi) ile kişilik tipleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *e-Journal of New Media*, 2(3), 146-159. doi: 10.17932/IAU.EJNM.25480200.2018.2/3.146-159.
24. Polat, R. (2017). Dijital hastalık olarak nomofobi. *e-Journal of New Media*, 1(2), 164-172. doi: 10.17932/IAU.EJNM.25480200.2017.1/2.164-172.
25. Przybylski, A., Murayama, K., DeHaan , C., and Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral

correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1841-1848. doi: https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014.

26. Stanton, J. (2002). Company profile of the frequent internet user. *Communications of the ACM*, 45(1), 55-59. doi: https://doi.org/10.1145/502269.502297.
27. Tarhan, U. (2012). Fomo (fear of missing out) eksik kalma korkusu. *Platin Dergisi*, 20. Access Address: https://www.ufuktarhan.com/makale/fomo-fear-of-missing-out-eksik-kalma-korkusu.
28. Tekayak, H., and Akpınar, E. (2017). Tıp Alanında yeni bir dönem: dijital çağda doğan yeni hastalıklar. *Eurosian Journal of Family Medicine*, 6(3), 93-100. Access Address: https://app.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TXpFeE1UYzJOZz09.



24.

KİMLİK İNŞASINDA ÖRGÜTLERİN DİJİTAL DÖNÜŞÜM GEREKLİLİKLERİ

Nurdan Kalayci*

Sinem Sönmez**

ÖZET

Küreselleşen dünyada hızla gelişen teknolojiler örgütleri dijitalleşmeye doğru götürmektedir. Her örgütün yakın çevresi ve paydaşlarınca tanındığı bir kimliği vardır. Bu kimlik örgütün vizyon ve misyonunu ortaya koymaktadır. İçinde yaşadığımız yüzyılın gereklilikleri ise değişen dünyaya hızla adapte olmak ve çağın gerisinde kalmamayı gerektirir. Bu nedenle üretimden tüketime kadar işletmelerin her alanda dijitalleşmesi kaçınılmazdır. Dijitalleşme örgütler için bir geçiş sürecidir. Bu sürecin örgütün var olan kimliği ile örtüşmesi, misyonuna uygun bir çerçevede ve vizyonuna hizmet edecek nitelikte olmalıdır. Çalışmanın amacı örgütlerin halihazırda sahip oldukları kimlikleri ile dijitalelleşmeye geçiş süreçlerini "neden dijitelleşmeliyiz?" sorusunun cevabı olarak bir yol haritası niteliğinde ortaya koymaktır. Bu nedenle küçük, orta veya büyük bütün işletmeler için kaçınılmaz olan bu sürecin hangi adımlar ile yapılması gerektiğini ifade etmek amaçlanmaktadır.

Ayrıca dijitalleşmenin sürdürülebilir kılınması için de işletmelerin üzerine düşen görevlerin, çalışanları bu dijitelleşmeye nasıl dahil edileceğinin ve en önemlisi de işletmenin hakim olduğu pazardaki konumuna göre dijital olarak var olabilmesinin adımları ifade edilmek istenmektedir. Nihai amacı ise her işletmenin imkanlarını dijitalelleşmeye kanalize edebilme becerileri

***Lect., Onbeş Kasım Kıbrıs University, Social Sciences Vocational School**

****Ph.D. Student, İnönü University, Faculty of Economics and Administrative Sciences**

doğrultusunda elinde başvurabileceği bir yol haritası niteliğinde bir çalışma sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Kimlik, Dijital Dönüşüm, Kimlik İnşası

Abstract

In the globalizing world, rapidly developing technologies are leading organizations towards digitalization. Every organization has an identity that is recognized by its immediate environment and stakeholders. This identity is the identity that reveals the vision and mission of the organization. The requirements of the century we live in require adapting quickly to the changing world and not falling behind the times. For this reason, it is inevitable for businesses to digitize in all areas, from production to consumption. Digitization is a transitional process for organizations. The overlap of this process with the existing identity of the organization should be in a framework appropriate to its mission and in a quality that will serve its vision. The aim of the study is "why should we digitize?" It is to present it as a road map as an answer to the question. It is aimed to express which steps should be done in this process, which is inevitable for all small, medium or large enterprises.

In addition, in order to make digitalization sustainable, it is desired to express the steps of the duties of the enterprises, how to include their employees in this digitalization, and most importantly, the steps of the business to exist digitally according to its position in the market it dominates. Its ultimate aim is to present a study as a roadmap that every business can use in line with their ability to channel their opportunities into digitalization.

Keywords: Corporate Identity, Digital Transformation, Identity Construction

GİRİŞ

Kurumsal kimlik kavramı genel olarak örgüt yapısında, kendi iç sistemlerinin yansımaları şeklinde anlamlanan önemli bir öğedir. Kavramın tamamen anlaşılması ve açıklığa kavuşturulması için kurumların kendi yapı ve süreçlerini doğru anlamlandırması oldukça elzemdir. Bunun yanında gelişen dünya ile birlikte önemi artan teknoloji, inovasyon ve değişimin ruhuna uygun adımların atılması da öncelikle kurumun kendini anlaması ve imajını doğru yansıtması açısından kilit öneme sahiptir.

Günümüzde dünyanın, örgütlerin, teknolojilerin, isteklerin ve bireylerin sürekli değişiyor olması ne kadar klişe olarak algılansa da gerçekte de yaşanan bunun kendisidir. Bu nedenle örgütlerin de bu süreçte değişimi gelişime çevirebilmeleri adına yapmaları ve dikkat etmeleri gereken birtakım unsurlar bulunmaktadır. Bunlardan ilki olan kimlik, kurumun kendini anlayarak anlatabilmesinin etkin yolları üzerine kurulan bir sistem olarak görülebilir. Diğer yandan kurumların dikkat etmeleri gereken teknolojik yenilikler ile ürün ve hizmetlerde sağlanması beklenen inovasyon kavramı da önemli diğer unsurlardandır.

Değişimin öneminin kavranması ve gerekli unsurların yinelendiği çalışmamızda bu amaçla dikkat edilmesi gereken unsurlar ele alınmıştır. Bu amaçla öncelikle kurumsal kimlik kavramı tanımı ve bileşenleri üzerinden önemi anlatılmıştır. Akabinde dijital dönüşümün gerçekleşmesi için gerekli değişimin sağlanması bir sistem dahilinde ele alınmıştır.

Genel olarak çalışmanın amacı;

- İşletmelere dijital dönüşüm stratejileri belirlemek,
- Dijital dönüşümü tetikleyen farklı etmenleri ortaya koymak,
- Bu etmenlerin işletmenin hangi alanında bir dijital dönüşüme yol açacağını belirlemek,
- Kurumsal kimlik inşasında işletmelerin dijital dönüşüm gereklikleri olarak nelere ihtiyaç duyduklarını belirlemektir (dijital dönüşümün yol haritası).

Kurumsal kimlik

Kimlik kavramı günümüzde birçok açıdan ele alınan önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle bireysel kimlik, grup kimliği, sosyal kimlik, ulusal kimlik gibi kavramlar sosyal ve beşerî ilimlerin üzerinde durduğu önemli konular arasındadır. Son 50 yıldır gözlenen çalışmaların çoğunda bir köşe taşı/ temel taş (cornerstone) niteliğinde kullanılan kimlik kavramı, kurumsal anlamda örgütlerin ve araştırmacıların dikkatini çekerek ele alınmıştır (Arendt & Brettel, 2010, s. 1471; Buil, Catalân, & Martînez, 2016, s. 3; Pêrez & Bosque, 2014, s. 6; Simôes, Dibb, & Fisk, 2005, s. 154).

Kurumsal kimlik ile ilgili en eski tanımlar kavramı çoğunlukla psikolojik olarak ele alarak onun kendi içinde 'kendi ile aynı' olması ve bu 'aynılığın' bir strateji olarak sürdürülebilirlik arz etmesi gerektiğine vurgu yapmıştır. Bunun yanında kurumun temel karakterini ifade eden kurumsal kimlik kavramı ile ilgili yapılan tanımlardan diğeri Erikson (1960) tarafından yapılmıştır. Erikson'a göre kurumsal kimlik bahsedilen temel özellikleri ortaya koyarken kendi kişiliğini, benzersizliğini yansıtarak bunlar sayesinde/ aracılığıyla diğerleriyle (paydaş, ortak, çalışan, gibi) olan etkileşimini ifade etmektedir. Bu sayede kimlik, kurumun karakterini farklı kitlelere ulaştıran bir araç olarak da görülebilir. Bu durum örgütsel bağlam değiştikçe, kurum ve çevresindeki dinamikler geliştikçe, Gioia (1998) ile Gioia vd.nin de dediği gibi (2000) doğası gereği kurumsal kimliğin de dinamik bir şekilde (Simôes, Dibb, & Fisk, 2005) ve bir sistem dahilinde hareket edeceğini bize gösterir.

Melewar, Karaosmanoğlu, & Peterson, (2005) örgütleri kendi içinde tüm işlev ve unsurları arasında karşılıklı bağımlılık bulunan bütünsel organizmalar şeklinde ifade etmiştir. Buna göre kurumsal kimlik özünde, örgütlerin ne olduğunu 'what the organisation is', ne yaptığını 'what it does', neyi temsil ettiğini 'what it stands for', nasıl yaptığını 'how it does is' ve nereye gittiğini 'where is it going' ortaya çıkarmaktadır. Bu sayede oluşan kurumsal kimlik örgütün birbirine bağlı fiziksel, beşerî ve operasyonel unsurlarının bütünü olarak ifade edilmektedir (Melewar, Karaosmanoğlu, & Peterson, 2005, s. 61).

Pêrez ve del Bosque (2014, s. 9) şirketlerde kimlik kavramını kapsamlı bir şekilde inceledikleri çalışmalarında, literatürde kavramın yaygın olarak sosyal kimlik kuramına (social identity theory) dayandırıldığını belirtmiştir. Tajfel ve Turner tarafından 1970'lerde geliştirilen sosyal kimlik kuramında, bireylerin kendilerini bir gruba ait hissetmelerinin algısal ve bilişsel temelleri üzerinde durulmuştur. Andaç Demirtaş'ın (2003) dediği gibi kavram; bireylerin bir topluluğa dahil olması, bu topluluğun işleyişi ve bu topluluk dolayısıyla bireylerin diğer

topluluk ve bireyler ile ilişkisini temel alarak sosyal psikoloji (Demirtaş, 2003) içerisinde değerlendirilen sosyal kimlik teorisi ile ifade edilmektedir. Dolayısıyla kurumsal kimliğin oluşumunda imaj, iletişim ve davranış bileşenleri ile ne yapılmak istendiği ve bunların nasıl kullanıldığı gibi durumlar önem kazanmaktadır. Aynı zamanda bunlar dolayısıyla elde edilen sonuç, dolayısıyla, bilişsel algılamalar bize sosyal kimlik teorisini işaret etmektedir.

Kurumsal kimliğin daha iyi anlaşılabilmesinde önemli bir diğer unsur da kavramın hangi bileşenlerden meydana geldiği ile ilgilidir. Kavramla ilgili Birkigt ve Stadler'in ayırımı ile Balmer'in farklı çalışmalar ile yürüttüğü ve geliştirdiği temel kurumsal kimlik belirteçleri bulunmaktadır. Birkigt ve Stadler çalışmalarında "sembolizm, bireysellik, davranış ve sözel iletişim" kavramlarından bahsetmiştir. Kurumsal kimliğin açıklanması ve bunun yönetimi ile ilgili çeşitli çalışmaları (Balmer & Wilson, 1998; Balmer & Gray, 1999; 2000; Balmer & Greyser, 2003; vd.) bulunan Balmer yaptığı ayırımda bileşenleri genişleterek açıklamıştır. Buna göre temel çerçeve 'kültür, yapı, strateji, iletişim' ile belirlenip; bunlara "çevre, paydaşlar, ün/tanınırlık" kavramlarını eklemiştir (Pêrez & Bosque, 2014, s. 13). Kavram ile ilgili açıklanan diğer yaklaşımlar; Kennedy Modeli (1977), Dowling Modeli (1986), Abratt Modeli (1989), Baker ve Balmer Modeli (1997) ile Stuart Modelinden (1998) oluşur. Bunlardan eski tarihli olanlar daha ziyade kurumsal imaj üzerine yoğunlaşırken; sonraki dönem modellerinde kurumsal kimlik yönetimi üzerine yoğunlaşılmıştır (Stuart, 1999, s. 200-205).

Kurumsal kimliğin örgütsel yapı ve çevresinde daha iyi anlaşılması, onun sahip olduğu temel birtakım düzgüler ile ilgilidir. Bunların bir sistem dahilinde inşâsını, kurumsal kimlik yönetimi ile sağlamak mümkündür. Melewar ve arkadaşları (2005, s. 61) kurumsal kimlik yönetiminin etkinliği için iki noktaya dikkat çekmiştir. Buna göre: (1) Öncelikle örgütlerin misyon, vizyon ve felsefesinin belirlenmesi gerekmektedir. Akabinde bunun kurumun içinde ve çevresinde kabul edilebilir, uygulanabilir bir forma kavuşturulması gerekmektedir. (2) İlk madde ile ilişkilendirebileceğimiz bu maddede, kurumsal kimliğin netleşmesinden sonra yapılması gerekenler yer alır. Buna göre kurumsal kimliği somut bir şekilde yansıtabilecek görsel kimlik öğeleri oluşturulabilir. Kurumsal iletişim (ürün-hizmet-firma bütünsel ve ayrı olarak) faaliyetleri ve kurumun değerlerini yansıtacak şekilde davranışsal düzenlemeler yapılabilir. Tüm bunlarda dikkat edilecek unsur kurumun kültür ve yapısını en iyi şekilde yansıtmaya odaklanmak ve bunun sürdürülmesini içermektedir.

Kurumsal kimlik kavramı genel hatları ile bahsedildiği gibi olmakla birlikte kavramı ifade eden en genel model (Stuart, 1999, s. 205-206);

- ❖ Kurumsal felsefe, değerler ve kurumun misyonunu anlatan kurumsal kişilik,
- ❖ Üst yönetim ile kurum içinde sağlanan iletişime dayanan yönetim vizyonu ile kurumun faaliyet ve işleyişini içeren kurumsal strateji,
- ❖ İş gören ve yönetim arasındaki iletişim ile oluşan davranış ve iletişim planından oluşan kurumsal kimlik,
- ❖ Kurumun kendi, çalışanları ve dışarıda kalan tüm paydaşları tarafından nasıl algılandığına dayanan etkili bir kurumsal imaj oluşumu,

- Kurumsal imajın beklendiği gibi algılanması dolayısıyla oluşacak finansal performans kazançları dolayısıyla oluşan *kurumsal itibar*dan meydana gelmektedir.

Bahsedilen tüm bileşenler genel olarak örgütün kültürü, değerleri, yapısı gibi öğeler tarafından belirlenmektedir. Bunun yanında içinde bulunulan çevre ve çevresel etkiler de yine tüm unsurları etkileyerek kurumsal kimliğin oluşumu, gelişimi ve yönetiminde rol oynamaktadır. Özellikle gelişen teknoloji, iletişim teknikleri gibi unsurların değişimi, gelişme yönünde örgütleri zorunlu tutmaktadır. Kimlik inşasının ardında bu nedenle dijitalleşmeye doğru giden bir yol bulunmaktadır.

İşletmelerde Dijital Dönüşüm

Günümüz teknolojik gelişmeleri karşısında işletmelerin dijital dönüşümü kaçınılmazdır. Ancak işletmeler bu dönüşümü sağlarken hangi kavramları ele alacaklarını, bu kavramların birbiriyle olan ilişkilerini, hangi alanda nasıl dijital dönüşüm sağlayacaklarını tam olarak bilememektedir. Tam da bu noktada işletmelerin bir yol haritasına ihtiyacı vardır. Burada asıl olarak bahsedilen belirli teknolojilerin sadece işletmelerde kullanılmaya başlanması değildir. Dijital dönüşüm hem insan faktörünü hem de iş süreçlerini bir bütün olarak ele alıp bütün sistemi bir süreç olarak birbirine uyumlu bir şekilde entegre etme işidir (Tutkunca, 2020).

Dijital dönüşüm, "işletmelerin faaliyetleri ile ilgili olarak iş süreçlerini, üstün performans ve rekabet avantajı elde etme amacıyla, birden fazla yeni dijital teknolojinin bir arada kullanımı" ya da "bir işletmenin performansını ve etkileşimini önemli ölçüde artırmak için teknoloji kullanması" olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca bir işletmenin dijital olarak dönüşüme uğraması, gelişmiş süreçler ve yeni iş modellerinin oluştuğu da vurgulanmaktadır (Tutkunca, 2020). Dijital dönüşüm tanımlamaları yapılırken işletmenin bütün süreçlerinde örgütsel olarak değişimlerin olacağı ifade edilirken, bu dönüşümün kültürel boyutuna dikkat çekilmektedir.

Dijitalleştirme

Dijitalleştirme kavramı sayısallaştırma ile aynı anlamda kullanılsa da temelde farklı kavramlardır. Sayısallaştırma, veriyi makine diline ya da bilgisayar dili de denilen analog cihazlar aracılığıyla 0'lar ve 1'lerden oluşan kodların kullanılarak dijital ortama aktarılmasıdır (Aydın, 2011). Sayısallaştırmanın aksine dijitalleştirmenin tek bir tanımı bulunmamaktadır. Dijitalleştirme, iş süreçlerini/modellerini/organizasyonlarını yürütmek amacıyla iş dünyasında sayısallaştırılmış verilerin dijital teknolojiler vasıtasıyla işlerin etkinlik ve verimliliğini sağlamaktır. Başka bir ifadeyle işleri dijital hale getirmek; iş ve hareketleri dijital süreçlere dönüştürmektir. Dijitalleşmenin farklı tanımları olduğu gibi algılanması da farklılık göstermektedir (Bloomberg, 2021).

Dijitalleşme, küreselleşmeye yönelik iş dünyasında işlerin dijital ortamlara aktarılması aracılığıyla daha hızlı ve daha kolay yapılmasını sağlamaktadır. Dijitalleşme ya da işlerin dijitalleştirilmesi, iş süreçlerinin ve teknolojilerinin dönüştürülmesi sürecini ifade etmektedir. Kimi araştırmacılar; dijitalleşmenin modern dünyayı nasıl şekillendireceğine, küreselleşmenin yükselişine, ekonomilerin dijitalleşme yoluyla ulusların sınırlarının ötesine nasıl yayılacağına odaklanmışlardır (Brennen, 2021). Ekonominin dijitalleşmesi, ulusların egemenliğini yeniden

biçimlendirme gereği getirirken, maddi ve manevi anlayışları da değiştirmekte, yeni bir kültür karmasının varlığını gündeme getirmektedir. Var olan kültürün üzerine dijitalleşme ile gelen ve köklerini küresel yapılardan alan bir oluşumdan bahsetmek dijitalleşmenin getirdiği başka bir olgudur.

Dijitalleşme süreci hızla bütün işletmeleri ve bütün iş kollarını içine almaktadır. Bu nedenle işletmelerin de dijitalleşmesi ve dijital dönüşümü gerçekleştirmesi kaçınılmaz olmaktadır. Dijital dönüşüm, teknolojilerin daha fazla rekabet avantajı sağlayacak şekilde sistemleştirilmesini, üretim süreçlerinde dijitalleşmeyi, faaliyetlerin bir veya daha fazla iş kollarında dijital dönüşümünün sağlanmasını, daha yüksek verimlilik elde etmek için yeni iş modelleri ve süreçlerini oluşturmayı gerekli kılmaktadır. Ancak dijitalleşmek isteyen işletmelerin, kurumların veya kuruluşların bu süreci en iyi şekilde yürütebilmesi için belirli adımları izlemesi ve kendine bir yol haritası belirlemesi gereklidir.

Çalışmanın asıl amacı olan işletmelerin kurumsal kimlik kazanmasında dijital dönüşümün yol haritasını belirlemek için adım adım ilerlenmesi ve sürecin iyi yönetilmesi şarttır. Bu sürecin işletmeler için neden gerekli olduğunu özet olarak aşağıdaki gibi sıralayabiliriz;

- Dijitalleşen dünyaya ayak uydurmak,
- Bilgi ekonomisinin gereklilikleri,
- Bilim ve teknolojideki hızlı değişimler,
- Daha inovatif yapılanma ve yaklaşımlar,
- Stratejik rekabet avantajı sağlamak,
- Dijital teknolojilerin getirdiği kolaylıklar,
- Zamandan ve mekândan tasarruf sağlamak,
- Daha az girdi ihtiyacı ile daha çok iş yapma potansiyeli,
- Daha ucuz, daha kolay erişilebilir olmak,
- İş modellerini dijitalleştirme ihtiyacı,
- Değer yaratmak amacıyla gereklidir.

İşletmelerde Dijital Dönüşüm Nasıl Sağlanır?

İşletmelerde dijitalleşme ya da dijital dönüşüm süreci başlangıçta üç adımda sağlanır. İlk adımda işletmenin sahip olduğu verilerin dijital ortamlara transferinin sağlanması sürecidir. Yani bilginin sayısallaştırılarak dijital ortam verisi haline dönüştürülme işidir. Bu kapsamda işletmenin sahip olduğu müşteri kayıt sisteminden başlayarak, sosyal medya kanalları, e-posta hizmetleri, pazarlama platformları, mobil uygulamaların faaliyete geçirilmesi, geleneksel kayıt sisteminden dijital ortam kayıt sistemine geçişin sağlanmasıdır. Bu sistemin içeriğinde verilerin toplanması, kayda alınması, analizi aşamaları yer almaktadır (Yankın, 2019).

Dijital dönüşümün ikinci adımı, belirli bir "ortam" veya iş alanının dijitalleşmesidir. İşletmelerin dijital bir çalışma alanı oluşturulması sürecin devamı için yapılması gerekenlerin başında gelir. Dijital bir çalışma alanının oluşturulması, aynı zamanda iş gücünün farklı ve yeni

bir çalışma alanının olması anlamına gelmektedir. Bu sayede, mobil cihazların kullanımı, iş ve süreçleri mobil hale getiren daha dijital bir şekilde çalışmaya olanak sağlayan dijital araçların kullanımı söz konusu olur. Bu sürecin getirisi yani bir işletmenin dijitalleşmesi dijital e-ticarete yol açmaktadır. Dijitalleşmenin son adımı ise işin ötesine geçerek, tüm toplumsal ve insani faaliyetlerde dijitalleşmenin sürekli olarak kabul edilmesi ve benimsenmesidir (Yankın, 2019).

Dijitalleşmenin üçüncü boyutu olan tarafı ise daha çok işletmenin dışında da olan süreçleri kapsar. İşletmelerin etkileşimde olduğu çevresi ile uyumunun sağlanması süreci de bu adımda önemli olmaktadır. Bir işletmenin sadece kendisi dijitalleşerek verimli ve etkin olamayacağından iş çevresi ve toplumsal yapıya da katkıda bulunarak dijitalleşme sürecini daha büyük bir açıdan ele alması gereklidir. Bu açıdan dijital dönüşümün işletmeler açısından ele alınırken dikkate alınması gereken bir diğer oluşum ise içinde bulunduğu yapıdır. Bu yapının boyutları aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır:

- ❖ Örgütsel boyut
- ❖ Sosyo-ekonomik boyut
- ❖ Çevresel boyut
- ❖ Toplumsal boyut

Dijitalleştirme, gelir meydana getirmek, işi geliştirmek, iş süreçlerini değiştirmek / dönüştürmek (sadece dijitalleştirmemek) ve dijital işler için bir ortam oluşturmak amacıyla dijital teknolojilerin ve verilerin (sayısallaştırılmış ve doğal olarak dijital) kullanılması anlamına gelmektedir. Dijital dönüşüm ise, iş faaliyetlerinin, süreçlerin, yetkinliklerin ve işletmenin tüm modelleri üzerinde dijital teknolojilerin değişimlerini kapsamakta ve dijitalleşmenin çok ötesine geçmektedir (i-SCOOP I, 2021). Bir işletme dijitalleşirken örgütsel boyutunu, sosyo-ekonomik boyutunu, çevresel boyutunu ve toplumsal süreçleri içine alan en geniş kültür boyutunu da hesaba katmalıdır. Bundan sonra işletmelerin adımları, dijital teknolojiler aracılığıyla dijital platformların kullanılması ile dijital olgunluğun ve dijital kültürün kazanılması olarak önem arz etmektedir (i-SCOOP II, 2021). Bilginin dijital olarak işlenmesiyle işletmeler dijital bağlamda değer üretmeye başlarlar.

İşletmelerin dijital dönüşümü sağlarken unutmamaları gereken bir faktör de beşeri unsurudur. Bir işletme yeni teknolojileri kullanarak, yeni iş modellerini kendi sistemine uyarlayarak dijitalleşirken başarılı olabilmek için insanın motivasyonuna da odaklanılmalıdır. Motivasyonun başarılı bir dijital dönüşüm için yüksek bir çalışan katılımı gerektirdiği belirtilmektedir (Schwertner, 2017). Bu bağlamda başka bir görüş de teknolojik gelişmelerin yanı sıra insan faktörünün teknolojiden daha önemli olduğunu vurgulamaktadır (Del Rowe, 2021). Capgemini (2011) ise raporunda, birçok endüstride işletmeler dijital dönüşüm sürecinde tüketiciler ve paydaşlarıyla bağlantılarını dijital olarak sağlarlar, akıllı teknolojiler yardımıyla ürün ve hizmetlerini tasarlarlar. Kısacası dijital dönüşüm bir işletmede en alttan en üste kadar tüm birimlerde ve bütün süreçlerde uygulanarak sağlanmaktadır.

Dijital Dönüşüm İçin Neler Yapılmalı?

Dijital dönüşüm hem işletmeler için hem de işletmenin içinde bulunduğu çevresi için gereklidir. Bu nedenle dijital dönüşüm bir süreç olarak kabul edilir. Dijital dönüşümün uygulanabilmesi için durum analizi ile başlayarak bir problem çözme adımları takip edilmelidir. Bu adımlar;

- ❖ Durum analizi- problemin belirlenmesi
- ❖ Problemin çözüm yolu için kavramların belirlenmesi ve sürece dahil edilmesi
- ❖ Dijital yol haritası hazırlanması
- ❖ Yeni iş modelleri ve süreçlerinin belirlenmesi
- ❖ Değişimin ve dönüşümün her adımının hesaplanması ve sürece dahil edilmesi
- ❖ Örgütsel yapının da sürecin bir parçası haline getirilmesi
- ❖ Örgüte dijital kültürün aşılanması ve kabul ettirilmesi
- ❖ Uygulama adımları
- ❖ Değerlendirme
- ❖ Kontrol ve akışın devamlılığının sağlanması.
- ❖ Bu adımlardan sonra işletmelerin nasıl dijitalleşecekleri konusunda yapması gerekenler;
- ❖ Dijitalleşme örgütün bütün süreçlerinde kabul edilerek,
- ❖ Dijital teknolojileri işletme bünyesine entegre ederek,
- ❖ Yönetim kademesinden üretim süreçlerine ve hizmet basamaklarına kadar yeni iş modellerini sisteme entegre ederek,
- ❖ İş akış şemalarında dijitalleşerek,
- ❖ İş süreçlerinde dijitalleşerek,
- ❖ Dijital teknolojileri kullanarak,
- ❖ Dijital medya araçlarını kullanarak,
- ❖ Açık inovasyon politikalarıyla,
- ❖ Dijital ulaşılabilirliği sağlayarak,
- ❖ Dijital alanda da rekabeti yakalayarak,
- ❖ Teknolojilerle beraber, organizasyon yapısını yeniden tasarlayarak işletmeler dijital dönüşüme geçebilir.

SONUÇ

İşletmeler dijital dönüşümü sağlarken birçok farklı alanı ve boyutu dikkate alırlar. Doğru dijital dönüşüm stratejisi geliştirmek dijital dönüşümün en iyi başlangıç noktasıdır. Bu dijital dönüşümü tetikleyen etmenlerin kendi aralarındaki ve bunların dönüşüm alanlarıyla olan ilişkileri belirlenmeli ve adım adım ilerleme stratejisi ortaya konmalıdır. Dijital dönüşümün bir yol haritasını oluşturmak, bu işin tutarlı ve sağlam adımlarla ilerlemesine yardımcı olmaktadır.

Başlangıç adımından tüm işletmede dijital dönüşüm sağlanana kadar devam edecek olan bir sürecin varlığı unutulmamalıdır. İşletmeler dijitalleşirken hem kurumsal kimliklerini korumalı hem de bu kimliği dijitalleşmenin gereklerine adapte etmelidirler. Çünkü kurumsal kimliğin dijital alanda da sürdürülebilir olması önemli bir gerekliliktir. Mevcut kaynaklarla her ne kadar dijital dönüşümden bahsedilse, alanları belirlense ve etmenleri araştırılsa da aralarındaki bağlantı tam anlamıyla incelenmemektedir. Bu bağlamsal incelemelerin yapılması işletmeler için sürecin bütünlüğünü korumayı ve kontrollü olarak devam etmeyi sağlar.

Her yol haritası bir rehbere ve onu iyi kullanabilen kullanıcılara ihtiyaç duyar. Bu nedenle de işletmelerin her detayını en iyi şekilde analiz edebilecek dijital teknolojileri ve işletmesini iyi tanıyan çalışanlara ihtiyacı vardır. Aksi takdirde iyi bir yol haritası onu uygulayacak ortam ve kişilerin varlığından bağımsız başarılı olamaz.

Bu çalışma, akademik literatürdeki bir eksikliği doldurmak ve işletmelere dijital dönüşüm yol haritası çizerken yardımcı olmak amacıyla işletmelerdeki dijital dönüşüm alanlarını dijital dönüşüm etmenleriyle ilişkilendirmek amacıyla bir yol haritası ile kavramsallaştırmayı amaçlamaktadır. Bu çalışma "Kurumsal Kimlik İnşasında Dijital Dönüşüm Kavramsal Yol Haritası" araştırma makalesinin bir bölümüdür. Bundan sonraki aşamada bu araştırmanın ekseninde belirlenen yol haritası ile neden-sonuç ilişkilerinin doğruluğu işletmelerde dijital dönüşüm etmenleri hakkında yürütülecek bir anket çalışmasıyla sorgulanacak ve yol haritası bağlamında bir model oluşumu sağlanacaktır.

KAYNAKÇA

1. Arendt, S., & Brettel, M. (2010). Understanding the Influence of Corporate Social Responsibility on Corporate Identity, Image, and Firm Performance. *Management Decision, 48*(10), 1469-1492.
2. Aydın, S. (2011). Atatürk Kitaplığı Süreli Yayınları Sayısallaştırma Çalışmalarının Teknik ve Yönetsel Analizi. *Retrieved from https://issuu.com/selcukaydin/docs/atat_rk_kitapl____say_salla_t_rma*.
3. Balmer, J. M., & Gray, E. R. (1999). Corporate Identity and Corporate Communications: Creating a Competitive Advantage. *Corporate Communications: An International Journal, 4*(4), 171-177.
4. Balmer, J. M., & Greyser, S. A. (2003). *Revealing the Corporation Perspectives on Identity, Image, Reputation, Corporate Branding, and Corporate-Level Marketing.* London and NY: Routledge Taylor & Francis e-library, 1th ed.
5. Balmer, J. M., & Wilson, A. (1998). Corporate Identity. *International Studies of Management and Organizational, 28*(3), 12-31.
6. Bloomberg, J. (2021, 12 01). Digitization, Digitalization, and Digital Transformation: Confuse Them at Your Peril. *https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/#3f4222a72f2c*.
7. Brennen, S. a. (2021, 12 01). Digitalization and Digitization. 2021 tarihinde http://culturedigitally.org/digitalization-and-digitization adresinden alındı
8. Buil, I., Catalân, S., & Martînez, E. (2016). The Importance of Corporate Brand Identity in Business Management: An Application to the UK Banking Sector. *BRQ Business Research Quarterly, 19*(1), 3-12.
9. Capgemini. (2011). *Digital Transformation: A Roadmap for Billion-Dollar Organization.* Capgemini Consulting.
10. Del Rowe, S. (2021). Digital transformation needs to happen: the clock is ticking for companies that have been unwilling to embrace change. 11 30, 2021 tarihinde https://www.destinationcrm.com/Articles adresinden alındı
11. Demirtaş, H. A. (2003). Sosyal Kimlik Kuramı, Temel Kavram ve Varsayımlar. İletişim : Araştırmaları, 1(1), 123-144.

12. i-SCOOP I. (2021). Digitization, digitalization and digital transformation: the differences. 12 02, 2021 tarihinde https://www.i-scoop.eu/digitization-digitalization-digital-transformation-disruption/ adresinden alındı
13. i-SCOOP II. (2021, 12 02). Moving From Digitization to Digitalization. https://www.i-scoop.eu/information-management/moving-digitization-digitalization/: https://www.i-scoop.eu/information-management/moving-digitization-digitalization/ adresinden alındı
14. https://cambridgeservicealliance.eng.cam.ac.uk/resources/Downloads/Monthly%20Papers/2017NovPaper_Mariam.pdf. adresinden alındı
15. Melewar, T. C., Karaosmanoğlu, E., & Peterson, D. (2005). Corporate Identity: Concept, Components and Contribution. *Journal of General Management, 31*(1), 59-81.
16. Pêrez, A., & Bosque, I. R. (2014). Organizational and Corporate Identity Revisited: Toward a Comprehensive Understanding of Identity in Business. *Corporate Reputation Review, 17*(1), 3-27.
17. Schwertner, K. (2017). Digital transformation of business. *Trakia Journal of Sciences, 5*(1), s. 388-393.
18. Simôes, C., Dibb, S., & Fisk, R. P. (2005). Managing Corporate Identity: An Internal Perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science, 33*(2), 153-168.
19. Stuart, H. (1999). Towards a Definitive Model of the Corporate Identity Management Process. *Corporate Communication: An International Journal, 4*(4), 200-207.
20. Tutkunca, T. (2020). İşletmelerde Dijital Dönüşüm ve İlgili Bileşenlerinin Analiz Edilmesi Üzerine Kavramsal Bir Araştırma. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17(1), s. 65-75. https://dergipark.org.tr/cagsbd adresinden alındı
21. Yankın, F. B. (2019). Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışam Yaşamı. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 7*(2), 1-38.



25.

DENETİMİNDE TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜM: DENETİM YAZILIMLARI[1]

DIGITAL TRANSFORMATION IN AUDITING: AUDIT SOFTWARE

Osman Serhat Polat*
Dr. Ömer Faruk DEMİRKOL**

ÖZET

Endüstrinin değişmesi ve gelişmesi ile birlikte muhasebe denetiminde insan emeğine duyulan ihtiyaç azalmış olup insan kaynaklı yapılan hataları sıfıra indirebilmek için bilgi teknolojilerinden faydalanmak kaçınılmaz olmuştur. Geçmiş dönemlerde, yüzyılda bir gerçekleşen devrimler günümüze yaklaştıkça daha kısa süre içerisinde büyük farklarla gerçekleşmeye başlamıştır. Bu gelişmeler muhasebe ve denetim alanına da etki etmiştir.

Muhasebe denetimi için kullanılan paket programları ve yazılımlar yapılabilecek hataları ortadan kaldırmaktadır. Bu sayede, muhasebe kayıtları dijital ortamlarda tutulabilmekte, kayıtlara erişim daha kolay ve hızlı olabilmektedir. İşletmelerin bilgilere daha kolay ulaşması ve gelecekte sağlıklı kararlar almaları sağlanacaktır. Teknolojik dönüşüm sayesinde denetim yazılımları alanında zaman, emek, kaynak ve maliyetler açısından tasarruf sağlanacaktır.

Anahtar Kelime: Bilişim Teknolojileri, Muhasebe, Denetim, Yazılımlar, Dijital Dönüşüm

1. Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Seminer Çalışmasının güncellenmiş halidir.

***MSc Student, Harran University Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi**
****Associate Professor , Harran University, Faculty of Economics and Administrative Sciences**

Abstract

With the change and development of the industry, the need for human labor in accounting auditing has decreased and it has become inevitable to benefit from information technologies in order to reduce human-induced errors to zero. Revolutions that took place once in a century in the past have started to take place with great differences in a shorter time as they approach the present day. These developments have also affected the field of accounting and auditing.

Package programs and software used for accounting auditing eliminate errors that can be made. in this way, accounting records can be kept in digital environments and access to records can be easier and faster. It will be ensured that businesses can access information more easily and make healthy decisions in the future. Thanks to the technological transformation, time, effort, resources and costs will be saved in the field of audit software.

Keywords: Information Technologies, Accounting, Auditing, Software, Digital Transformation

GİRİŞ

Dijitalleşme tüm diğer alanlarda olduğu gibi muhasebe denetiminde de önemli değişimlere neden olmuştur. İşletmelerin günlük faaliyetlerini gerçekleştirirken bilgi teknolojilerine bağımlı hale gelmeleri bağımsız denetim ve iç denetimde bilgi teknolojilerinin kullanımının önemini arttırmıştır. Denetçiler, denetimin kalitesini ve etkinliğini arttırabilmek için, denetim çalışmalarında bilgisayar destekli denetim tekniklerinden ve araçlarından faydalanma ihtiyacı hissetmişlerdir (Biçer ve Aydın, 2015). Bu nedenle muhasebe mensuplarının muhasebe bilgisine ek olarak teknolojik değişimleri de benimsemeleri gerekmektedir.

Denetim bağlamında kamu yararının gözetilmesi, kamu güvenin sağlanması ve yüksek kalitede denetim gerçekleştirilmesi amacına yönelik bilginin sunulmasını sağlamak çok önemlidir. Bunun başarıyla gerçekleşmesi ve bir denetçinin bunu gerçekleştirmesi için donanımlı olması ve gelişmelere göre bilgi ve becerilerini geliştirmesi gerekmektedir (Türker, 2018).

DENETİMDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Küreselleşme ile artan rekabet ortamı yaşamımızın her alanında olduğu gibi iş dünyasında da büyük değişiklikler meydana getirmiştir. Özellikle hızla gelişen ve değişen şartlarda rekabette avantaj elde edebilmek adına kısa zamanda düşük maliyetle daha hatasız iş süreçlerini yönetebilmek önem kazanmıştır. Burada hızla gelişen ve etkisi sürekli artan bilgi teknolojileri işletmelere bu konularda ciddi avantaj sağlamaktadır. Buna rağmen, hızla değişen ve gelişen rekabet ortamı işletmelerin kapasitelerini zorlamaktadır.

Teknolojinin Evrimi

Teknolojinin hayatımızdaki etkisi dönemsel farklılıklar gösterip belli dönemlerde evrime uğramıştır. Teknolojideki bu büyük değişimler Şekil 1'de beş ana başlıkta incelenmiştir.

Şekil 1:Teknolojinin Evrimi



Endüstri 1.0 (1780): İlk sanayi devrimi ile birlikte su ve buhar gücünü keşfedildi ve makineleri çalıştırıldı.

Endüstri 2.0 (1880): Elektrik enerjisiyle birlikte seri üretmeye başladı.

Endüstri 3.0 (1980): Bilgi teknolojileri devreye girince üretimde otomasyonu gerçekleşti.

Endüstri 4.0 (2010): Siber fiziksel sistemler ile tanıştık ve eski ile yeni arasında önemli bir ayrım yaşandı.

Endüstri 5.0 ve Endüstri 4.0 arasındaki en belirgin farka baktığımızda Endüstri 4.0 insansız bir üretimi öngörmekteyken, Endüstri 5.0 ise insanlarla iş birliği içerisinde çalışacak işbirlikçi robotlar (cobot) teknolojisini ortaya koymaktadır.

Endüstri 4.0'da "bilgi toplumu" ifadesi sıklıkla kullanılırken, Toplum 5.0'da ise *"süper akıllı toplum"* ifadesi kullanılmaya başlanmıştır.

Bilgi Teknolojileri Çerçevesinde Muhasebe

Bilgi teknolojilerinin iş süreçlerinde etkisini gösterdiği en önemli iş fonksiyonlarında biri de muhasebe olmuştur. Muhasebenin özünde bir bilgi sistemi olması nedeniyle bilgi üretiminde dönüşüm sağlayan bilgisayar sistemleri, muhasebeyi daha etkin ve verimli bir noktaya taşımıştır. Bu sayede, muhasebe kayıtları dijital ortamlarda tutulabilmekte, kayıtlara erişim daha kolay ve hızlı olabilmekte ve oluşturulabilen finansal raporlar sayesinde gerekli mercilere iletilebilmektedir. Yine bu kayıtlar üzerinden finansal analizler işletme yönetimine daha güvenilir sonuçlar verebilecek şekilde yapılabilmektedir.

Bilgisayarlı Muhasebe Süreci

Bilgi teknolojilerinin muhasebe uygulamalarına etkisi, muhasebenin kavramsal veya temel işlevlerinde değişimden ziyade, bu işlemlerin yapılış şekillerinde farklılaşma şeklinde olmuştur. Bu durumda, daha önce kağıt üzerinde elle tutulan kayıtlar bilgisayar ortamında yapılabilmekte, bu sayede muhasebe temel işlevlerinde etkinlik ve verimlilik elde etme imkânı sağlanmaktadır. Muhasebede veri ile ilgili işleyişlerin bilgisayar ortamında tutulabilmesi veriler açısından farklıklar ortaya çıkmasını sağlamıştır (Dalcı ve Tanış, 2004, s. 22).

Denetimde Teknolojinin Kullanılması

Muhasebe işlem süreçlerinde bilgi teknolojilerine yoğun olarak başvurulması, elde edilen veri ve bilgilerin denetlenmesinde bilgi teknolojilerinin kullanılmasını gerekli kılmıştır. Muhasebede bilgi teknolojilerinin benimsenmesi muhasebe amaçlarını değiştirmekten ziyade, muhasebe işlemlerini kolaylaştırmıştır. Benzer şekilde, denetim alanının amaçlarından çok süreçlerinin daha hızlı, etkin ve verimli olmasını sağlamıştır.

Denetim teknolojik gelişmelerden genel olarak iki ana konuda etkilenmiştir. Bunlar;

- Yapılan denetimlerde BDDT'nin (Bilgisayar Destekli Denetim Teknikleri) kullanılması
- Bilgi teknolojilerinin yoğun kullanılmasının bu ortamlarda yeni risk alanları oluşturması

Burada ilk olarak kullanılan bilgisayar uygulamalarında girdi ve çıktılar incelenmekte iken denetim olarak ifade edilen veri işleme süreçleri kapsam dışında tutuluyordu. Bu yüzden, bilgi işleme aşamalarında meydana gelebilecek hata ve hilelerin saptanması çok zor olmaktaydı. Ancak, günümüz muhasebe denetimlerinde BDDT benimsenmiş ve denetim metotları bilgisayar destekli olmuştur. Bu yaklaşımlar sayesinde, denetim süreçlerinde yer alan bilgi işleme aşamalarında oluşabilecek hata ve hileler saptanabilmiştir (Tuan, 2014, 39).

BDDT'nin Denetimde Kullanılması

Bilgisayar destekli denetim tekniklerinin, işletmelerin dijital ortamlarda depoladıkları verilerin daha hızlı ve etkili yollarla kontrol edebilme imkânı vermesi, denetçilerin uzun ve yorucu olabilen denetim süreçlerini ve işlemlerini daha hızlı ve etkili bir şekilde yerine getirmelerini sağlamıştır. Bu sayede, bilgisayar destekli denetim teknikleri denetçilere zaman, enerji ve maliyetlerde tasarruf etme imkânı vermiştir (Tuan, 2014, 41).

Bilgisayar destekli denetim teknikleri dört ana temada sınıflandırılabilmektedir: (Sayana 2003, 1)

- Veri Analizi Sağlayan Yazılımlar
- Ağ Güvenliği Değerlendirme İmkânı Veren Yazılımlar
- İşletim Sistemleri ve Veri Tabanı Yönetim Sistemi Güvenliği Değerlendirme Sağlayan Yazılımlar
- Yazılım ve Kod Test Araçları

Bilgisayar destekli denetim tekniklerinden en gözde olanı veri analizi yazılımları olup "denetim yazılımları", genelleştirilmiş denetim yazılımları (Generalized Audit Software-GAS) ya da genel amaçlı denetim yazılımları (General Purpose Audit Software) olarak adlandırılmaktadır. Bu yazılımların en kullanışlı özelliği, sık kullanılan dosya formatlarından faydalanabilmeyi ve veri sistemi tablolarında veri elde edebilme imkânı verebilmeleridir. Bu sayede, bu kapsamda olan yazılımlara neredeyse bütün dijital ortamları ve uygulamanın denetiminde başvurulabilir. Denetim yazılımları, verilerin analizin ve sorgulamalarını sağlamakta olup, veri sınıflama ve sorgulama, istatiksel analiz ve işlemler yapma, eksik veri dizilerini tespit etme ve örneklem oluşturma imkânı vermektedir. Bilgi teknolojileri yaklaşımında risk analizi "Neler yanlış gidebilir?" sorusuna yanıt aranarak başlanmakla beraber yapılan kontrollerin saptanmasında kontrol tasarımlarının yanı sıra eylemsel işleyişleri ve uyumları da göz önünde bulundurulmalıdır. Bu kapsamda yürütülen görüşme, inceleme, gözlem ve de uygunluk değerlendirmelerinin çoğunda kontrollerin mevcut ve anlaşılabilir olması, uygun tasarımın bulunması, verimli çalışma imkânlarını sağlaması ve görevliler tarafından uygun bir şekilde yapılması gerekmektedir. Bu süreçte bilgi teknolojileri denetçisi, mevcut olan ve yeterli düzeydeki birtakım kontrolleri ya da mevcut olmayan, uygun tasarlanmamış ve uygunsuz

kontrolleri fark edebilir (Tuan, 2014, 42).

Sürekli Denetim

Bilgi teknolojilerinin denetimde kullanılmasıyla beraber içsel kurumsal yönetim ve birçok işleyişler zamanlı raporlamaya geçmiştir. Daha önce elle tutulabilen somut belgeler üzerinden yapılan muhasebe işlemlerinin denetim süreçleri artık bilgisayar ile yerine getirilen muhasebe faaliyetlerinin yine bilgisayar üzerinden denetlendiği tekniklere geçiş yapmıştır. Bununla beraber, denetçiler edindikleri finansal tablolar ve bilgilerdeki eksiklikleri düzeltici faaliyetlerden çok bu hataları asgariye indirgemek için alınabilecek önleyici faaliyetlere yönelmişlerdir. Bu şekilde, hatanın daha meydana gelme aşamasında müdahale edilebilen bir denetim yaklaşımı doğmuştur (Şen, 2016, s. 384).

Finansal bilgilerde olabilecek riskleri azaltmak için kontrol mekanizmaları geliştirilmiş olup, denetçiler risk faktörlerini değerlendirmeye tabi tutarak gerekli kontrollerin yetersiz olduğu durumları saptarlar. Kontrol ve risk, sürekli denetim kapsamında iki bileşen ile ifade edilebilmektedir. Bunlardan ilki olan sürekli kontrol değerlendirmesi, kontrol yetersizliklerine odaklı hızlı bir denetim yapmayı sağlar. Böylece, yönetimin izleme faaliyetlerini yürütmedeki yeterliliği değerlendirmeye tabi tutulup, yönetim ve denetim gruplarına kontrol faaliyetlerinin etkin olup hızlı bir şekilde düzeltileceğinin garantisini verir. Diğer bileşen ise sürekli risk değerlendirmesi olup, beklenmeyen risk durumlarının ve süreçlerinin saptanmasına odaklanır. Bu şekilde, denetçiler organizasyonun risk alanlarını tespit edebilmekte, bu riskler sınıflandırılabilmekte ve kısıtlı denetim kaynaklarının verimli bir şekilde yönetilmesi sağlanabilmektedir (Gönen ve Rasgen, 2015, s. 182).

Tablo1'de görüldüğü gibi geleneksel denetim yaklaşımında, denetim faaliyetleri daha çok önceden yapılan işlemelere odaklanırken, yeni yaklaşımda daha önce yerine getirilmiş işlemlerden bir örneklem alınıp bunun üzerinden prosedürler, politikalar ve belgelerin incelenmesi, sürekli denetim faaliyetlerinin geleceğe yönelik olduğu görülebilir (Şen, 2016, s. 384).

Tablo 1:
Geleneksel Denetim ve Sürekli Denetim Yaklaşımlarının Karşılaştırılması

Kriterler	**Geleneksel Denetim**	**Sürekli Denetim**
Amaçlar	Yönetim tarafından sunulan finansal tabloların güvenilirliğini arttırma	Veri kalitesini iyileştirmek
		Meta/kontrol yapısı oluşturmak
Denetim Araçları	Manuel yarı otomatik araçlar	Sistemle bütünleştirilmiş dijital araçlar
Veri İncelemesi	Örnekleme yöntemi	Tüm verilerin incelenmesi
Denetim Otomasyonu	Yoktur	Sürekli izleme ve anında cevap
Benzerlikler	Bağımsız profesyonel tasdik hizmetler	Bağımsız profesyonel tasdik hizmetler
	Ölçüt olarak genel kabul görmüş muhasebe ilkelerinin kullanılması	Ölçüt olarak genel kabul görmüş muhasebe ilkelerinin kullanılması

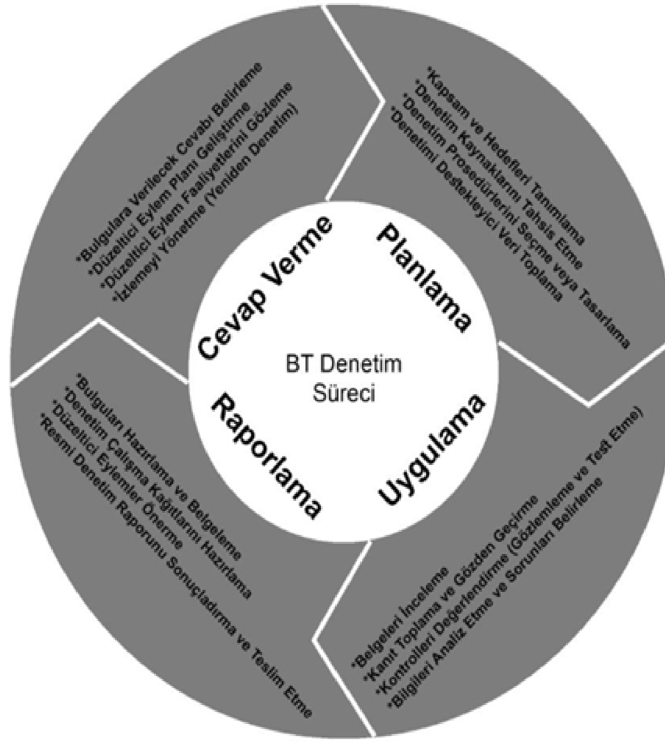
Farklılıklar	Kâğıt temelli muhasebe bilgi sistemlerinin kullanılması	Muhasebe bilgi sistemlerinde asgari düzeyde kâğıt kullanılması
	Yılda bir kez rapor	Talep üzerinde rapor
Sınırlamalar	Teknolojik adaptasyon yoksunluğu	Belirgin teknik engeller
	Sadece periyodik denetim raporları	Standartlar ve rehber yoksunluğu
Faydalar	Teknikler ve standartlar kullanım geçmişi	Fiili zamanlı finansal bilgi artışı
		Zamanlı denetim raporu
Zamanlama	Yıllık ve/veya üç aylık	Günlük, haftalık, aylık vs
Denetim Konusu	Finansal bilgi	Finansal ve finansal olmayan bilgiler

Kaynak: İlker KIYMETLİ ŞEN. Bilgi Teknolojilerindeki Değişimin Finansal Tabloların Bağımsız Denetimine Etkisi: Sürekli Denetim. Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2016, 383-404.

Bilgi Teknolojileri Denetim Süreçleri

Bilgi teknolojileri (BT) denetim gereksinimlerinin saptanması, denetim planlamalarının hazırlanması, denetçilerin belirlenmesi ve de denetim faaliyetlerine odaklanmak adına, kurumlar zaman ve kaynak ayırmakta olup bu yöndeki çalışmalar BT denetimlerini yürütme yoluna gidilmektedir. Bu kapsamda, kurumlar çeşitli denetimler için farklı süreçlerin izlenmesini gerektiren iç ya da dış denetimlerin gerçekleştirilmesinde birtakım denetim metodolojileri, kapsamlar ve standartlara başvururlar. Günümüzde var olan rehberler göz önüne alındığında, BT denetiminde başvurulan süreç ve faaliyetler arasında büyük benzerlikler olduğu görülebilmektedir. Denetim planlaması ve yürütülmesi, bulguların raporlanması ve düzeltici faaliyetler ile sonuçların iyileştirilmesi ortak süreçler olarak karşımıza çıkmaktadır. Farklı metodolojilerde çeşitli şekillerde adlandırılabilen bu süreçler nitelik ve hedeflenen çıktılar temelinde incelendiğinde, Deming Döngüsü (PDCA-plan-do-check-act, planla-uygula-kontrol et-önlem al) ile açıklanabildiği görülebilir (Memiş ve Kayahan, 2011, s. 149).

Şekil 2: BT Denetim Süreci



Kaynak: Onur TOK. Muhasebe denetiminde bilgi teknolojilerinin kullanımı üzerine bir araştırma (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) (2019). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kayseri.

BT denetim süreçlerinin uygulanmasında başarının elde edilebilmesi çoğunlukla organizasyonun örgütsel taahhütlerine ve faaliyetlerine destek veren kuruluşun mevcudiyeti ile ölçülebilir. Dış denetimlerdeki taahhütlerin kapsamına, dış denetçilere ilişkin yürütme kararları, gerekli olduğu düşünülen mali kaynakların ayrılması ve denetim bulgularının ortaya çıkartılıp uygun bir şekilde yanıt verilmesi, süreçleri dâhildir. İç denetim ele alınınca, bir örgütün iç denetim programı denetimin gerçekleştirilmesindeki ana yapıyı ve doğrultuyu verir. Bu bağlamda, iç denetim programı, örgütün denetim stratejisine temel teşkil ederek, denetçiler tarafından yürütülecek bütün bir BT denetimi türü kapsamında denetim planları oluşturur. Program kapsamında düzenlenen denetim planları, tüm denetim türleri için içeriği, önceliği, sıklığı ve ihtiyaç duyulan kaynak gereksinimlerinden oluşur. Bunun yanı sıra, iç denetçilerin başvuracağı denetim protokolleri ve kriterlerinin kaynaklarını tavsiye eder ya da tespit eder. Oluşturulan programdaki bilgiler denetim için bir başlangıç noktası teşkil ederken, örgütün yerine getirdiği farklı BT denetimlerine has ihtiyaçlar ve yetersizlikleri karşılayabilmek adına daraltmaya veya genişletmeye gidilebilir. Bir denetimin gereksinimlerine cevap verebilmek adına örgütsel denetim programı kapsamında oluşturulan denetim planlarının şekillendirilmesi,

BT denetim sürecinin ilk basamağını oluşturan denetimin planlamasının merkezidir (Memiş ve Kayahan, 2011, s. 149).

Denetimin Planlanması

İç veya dış denetçilerce yerine getirilmesine bakılmaksızın, denetim planlaması bir örgütün denetim hedeflerine ulaşabilmesi ve denetimde etkinlik ve verimliliğin sağlanabilmesi için başvurulması gereken faaliyetler bütünüdür. Kavramsal açıdan bakıldığında, denetimin planlanması, BT projelerinin planlanmasına benzerlikler göstermekte olup bunun sebebi, aynı zamanda denetimin de başlangıç ve bitiş tarihlerinin saptanması, ilgili personele uygun kaynakların sağlanması ve belgeler, bulgular, öneriler üzerinden somut sonuçların üretilmesine dayanmasıdır. Denetimin planlanmasında, BT denetçisinin birtakım görev ve sorumlulukları bulunmaktadır. Öncelikle, BT denetim çerçevesi, var olan kanun, mevzuat ve mesleki denetim standartlarına uyumlu bir şekilde planlaması yapılmalıdır. Denetim faaliyetlerinin hedefleri açıkça belirtilmekte olup, denetimin başarılı bir şekilde yürütülebilmesi için kurum sürekliliğine dayanan hedefler, bu hedefler için uygun teknikler, bu tekniklere başvurulurken olabilecek riskler ve bunların önlenebilmesi ile ilgili kontrol mekanizmalarına yer verilmelidir. Planlama sürecinde, denetime tabi olan kuruluşun ve işleyişlerinin etraflıca analiz edilmesi ile en riskli ve hassas süreçlere öncelik verilmelidir. Denetim yükümlülüğünden önce, BT denetim ekibi bir iş akışı oluşturmalıdır. Denetim alanlarının, türünün, hedeflerinin ve kapsamının yer aldığı denetim planı, yazılı bir belge niteliği taşır. Bunların yanı sıra, denetimin başlangıç ve bitiş tarihleri, edinilmesi arzu edilen bilgiler, görüşülmesi gereken çalışanlar, istenilen kaynaklara erişim, denetim bütçesi ve kanıtları, denetim değerlendirmesi için başvurulacak yollar ve rapor oluşturma formatı da planlama sürecine dâhildir (Tok, 2019, s.67-68).

Denetimin hazırlanması

Bu evrede, sabit denetim programlarına yer veren ve denetime uğrayan kurumlar her açıdan görülebildiği denetim evrenini oluşturmak adına gerekli görev ve faaliyet süreçleri, operasyonel yeterliliği ve BT varlıkları ile ilgili değerlendirmeye yer verilir. Bunun yanında, bu evrede denetim içeriği hakkında en etkin denetim türü ve anlayışına başvurulur. Her BT denetim türü için çeşitli eylem kaynakları, arzu edilen çıktılar ve kurumsal hedefler olup, denetimlerde bunlara dair anlaşılır kriter ya da protokoller oluşturulup, bu faktörlerin tümü denetim kapsamını tanımlar. Ayrıca, denetim kapsam ve hedeflerinin açık bir şekilde ifade edilmesi ile denetim ekibi ve denetim sürecine katkı sağlayacak kurum dâhilindeki kişi, ilgili denetçileri ve diğer kaynakları saptanması, gerekli kontroller ve denetim esnasında başvurulacak bilgiler elden geçirilerek, takip edilecek işleyiş, standart ve protokoller de belirlenerek denetim için hazırlık yapılabilecektir. Denetim hazırlık aşamasında kaynakların tahsisine, yürütülecek denetimin kapsamı ve karmaşıklığı temelinde, BT denetimleri için yoğun bir şekilde başvurulabilir. Kurumlar, denetim içeriği ve türüne, çeşitli varlık, süreç ya da kontroller adına gerekli incelemelerin nitelikleri ve faaliyetlerin süreleri baz alarak yeterli kaynak ve denetçi ayırır. Bu evrede bir diğer nokta, ön veri toplama aşamasıdır. BT denetimlerinin yerine getirilmesinde en öncelikli noktalardan biri de kanıtların elde edilmesidir. Bu sayede, denetim planlama aşamasında, denetçiler denetim sürecinde incelemeye gerekesinim duydukları

bilgilerin kurum tarafından toplanması, denetimin etkinliği ve verimliği konusunda olumlu katkı verecektir. Bir BT denetimi için yönetmelik veya ihtiyaçlar doğrultusunda ortaya çıkmış denetim kriterlerinin açıkça tanımlanıp belgelendirilmesi oldukça önemlidir. Bununla, denetim dâhiline giren süreçlerin, kontrollerin ve kurumsal davranışların belirlenen kriterler temelinde denetçiler tarafından benimsenirler (Tok, 2019, s.68-69).

İç ve dış denetimin planlanması

Sabit denetim programlarına yer veren kurumlarda denetim çerçevesi, hedefleri, önceliği, ihtiyaç duyulan kaynak ve zaman ile denetim stratejisinden elde edilen çıktılardan faydalanarak iç denetim planlanmasına gidilebilir. Denetimden sorumlu yöneticiler, personelin yerleştirilmesi ve gözetiminin yanı sıra denetimin uygulamasını yönetirler. Bu sebeple, denetimde başarının sağlanabilmesi için bu yöneticileri, denetçilerin beceri, yeterlilikleri ve geçmişleri ile ilgili de bilgi edinmeleri gerekmektedir. Bu da, iç denetçilerin dışarıya güven vermelerine yol açar (Tok, 2019, s.70).

Denetim planlaması yapılmasının temelde üç nedeni vardır.(Bozkurt, ss.39-40)

- Yeterli sayıve kalitede kanıt elde edebilmek
- Denetim maliyetlerini mantıklı bir düzeyde tutabilmek
- Denetlenen işletme ile ilgili yanlış anlaşılmalara olanak vermemek

Denetimin uygulanması

Denetim sürecinin evrelerinden biri de denetimin uygulanması olmakla beraber, denetim grubunun denetim planını yürürlüğe soktuğu ve süreçlerin, BT varlıklarının ve incelemelerinin titizlikle yürütüldüğü aşamadır. Burada, denetim kriterlerinde, hedefe uygun protokollerde ve başvurulabilecek standartlarda belirtilen zorunluluklar ile kurum uygulamaları arasında bir karşılaştırma yapılır. Denetim kapsamına giren bütün belgelerin ve gerekli bilgilerin denetçilerce analiz edilmesi, gözlem, görüşme ve testlerle kanıtların elde edilmesi ve yetersizlikler, kontrolde sorunlar ya da diğer olabilen sıkıntıları tanımlamak adına toplanan kanıtların değerlendirilmesi faaliyetleri, BT denetimin uygulanması ile gerçekleşir. Denetimin uygulanabilmesi için, denetçilerin çoğu zaman denetime tabi olan kurumlarda fiziksel olarak bulunmaları ve denetim faaliyetlerini buradan yapmaları gerekmekte olup, bu durum denetime destek sağlayan ve denetçilere veri sağlama zorunda olan kurum personeli ile iletişimi kolaylaştırıcı etki yapar. Bunun yanı sıra, denetim dahiline giren BT varlıklarına ve gerekli kontrollere doğrudan ulaşma ve gözlem imkânı verir (Tok, 2019, s.71).

Bulguların Raporlanması

Gerçekleştirilen denetim çalışmalarının kapsamına göre değişmekle birlikte, bir iç denetim çalışması sonucunda farklı önem derecelerine (düşük, orta, yüksek, çok yüksek) çok sayıda denetim bulgusu ortaya çıkabilmektedir (Özbek, 2012, s. 990). Söz konusu durum, denetim raporlarının çok uzun olmasına ve bazı önemli bulguların gözden kaçırılarak yeterince önem verilmemesine neden olabilmektedir. Bunu önlemek için önemsiz veya düşük öneme sahip hususlara ilişkin denetim bulguları denetim çalışmaları sırasında sözlü iletişim ile paylaşılabilmektedir. Diğer taraftan ise orta, yüksek ve çok yüksek öneme sahip hususlara

denetim raporlarında yer verilmektedir.

Denetim bulguları temel olarak “ne olmalı” ve “olan nedir” arasındaki farklılıkları ortaya koymaktadır. Denetim bulguları kıstas, tespit (bulgu), sebepler ve sonuçlar üzerine kurulmalı, diğer bir ifade ile bir denetim bulgusunda bu hususlara yer verilmelidir. Ayrıca, iç denetçiler varsa denetim bulguları ile ilgili çözüm önerilerini, denetim raporunun diğer kısımlarında belirtilmeyen maruz kalınan riskleri ve ilgili görülen diğer bilgileri de paylaşabilmektedirler (Agustiningsih vd., 2017, s. 182).

DENETİM YAZILIMLARI

Piyasada farklı özelliklerde denetim yazılımları yer almakta olup bu çalışmada, birtakım yerli bağımsız denetim yazılımları ve de yabancı kaynaklı olup en popüler denetim yazılımı kendilerini diğer yazılımlarından farklı kılan özellikleri üzerinden incelenecektir.

MIKROKOM

Mikrokom bağımsız denetim yazılımı ilk incelenen yazılım olmuştur. Yaklaşık 30 yıldır muhasebe yazılımları sektöründe faaliyet yürüten Mikrokom Yazılım A.Ş. tarafından geliştirilen Mikrokom denetim yazılımı 10.000’den fazla müşteri ve 20.000’den fazla kullanıcı tarafından kullanılmaktadır. Mikrokom bağımsız denetim yazılımı geliştirilirken akademik bir grubun danışmanlığından faydalanılmış ve geliştirme süreçlerinin tamamında hedef uygulayıcı kitlenin görüş ve isteklerine dikkat edilmiştir.

CAP

2007 yılında geliştirilen CAP denetim yazılımı geliştirme sürecinde, TÜBİTAK tarafından destek verilmiş olup hem TÜBİTAK hem de üniversiteler tarafından devamlı bir şekilde denetime tabi tutulmuştur. CAP 2010 yılından itibaren, kamu kurumlarının kullanımına sunulmaya başlanmış olup Sermaye Piyasası Kurulu Denetleme Dairesi (SPK) tarafından halka açık olan firmaların denetiminde başvurulmuştur. 2012 yılı ile beraber Yeni Türk Ticaret Kanunu (Yeni TTK) ile uyumu sağlanan CAP bağımsız denetim yazılımına, 2014 yılında firmaların VUK mali tablolarının TMS/TFRS mali tablolarına dönüşümünü sağlayan CAP Çevrim yazılımı yayınlanmıştır. CAP sunucu mimarisi ile birçok katman üzerinde geliştirilmiş olup Microsoft SQL Server üzerinden çalışmaktadır (Soğuksu, 2020, s. 294).

LUCA

Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB) desteğiyle geliştirilmiş bir bağımsız denetim yazılımı olan LUCA, Luca Denetim ve Luca Denetim Plus şeklinde iki farklı yazılımdan oluşmaktadır. Luca Denetim, LUCA’nın sunduğu ürünlerinden veri transfer ederek denetim yapmaktayken, Luca Denetim Plus hem LUCA’nın ürünlerinden hem de diğer bezer muhasebe yazılımlarından veri elde ederek denetim faaliyetlerini gerçekleştirebilmektedir (Soğuksu, 2020, s. 294).

IDEA

Uluslararası alanda en yaygın olarak kullanılan bağımsız denetim yazılımlarından biri olan IDEA, 1988 yılında kurulan CaseWare International şirketinin geliştirdiği bir üründür. Bu şirket, denetim, muhasebe ve kamu için teknolojik yazılımlar sağlarken, ürünleri 130 ülkede 16 dilde 500 bin üzeri kullanıcı tarafından kullanılmaktadır. CaseWare IDEA bu kapsamda CaseWare International'ın bir alt kuruluşudur. Bu şirket, muhasebeciler, denetçileri finans ve veri uzmanları için yazılımlar geliştirmektedir (Soğuksu, 2020, s. 295-296).

SONUÇ

Teknolojik gelişmeler bir çok sektörü olduğu gibi muhasebe ve denetim sektörünü de etkisi altına almıştır. Geçmiş dönemlerde manuel olarak yapılan bir çok işlem bilgisayar yardımı ile yapılmaya başlanmış ve teknolojik dönüşüm bu alanda kendini hissettirmiştir. Gerek muhasebe gerek denetim alanlarında çalışan meslek mensupları yaşanan teknolojik dönüşüme uyum sağlamaya çalışmıştır.

Teknolojik dönüşümün denetim alanındaki önemli yansımalarından biri de denetim yazılımlarıdır. Bu yazılımlar sayesinde muhasebe ve denetim arasındaki bilgi akışı daha net ve güvenilir bir biçimde sağlanacaktır. Muhasebeleştirme aşamasından başlayıp, denetimin planlanması ve raporlanmasına aşamalarına kadar olan süreçte teknoloji yoğun sistemlerin kullanılması oluşabilecek hata ve hilelerin de önüne geçecektir. Denetim süreci, denetim tekniği, denetim kanıtları gibi bir çok unsur bu yazılımlardan etkilenecektir. Böylelikle muhasebe ve denetim işlemleri teknolojik dönüşüm sayesinde daha nitelikli bir hale gelecektir.

KAYNAKÇA

1. Agustiningsih, S. W., Murni, S., & Putri, G. A. (2017). Audit Findings, Local Government Characteristics, and Local Government Financial Statement Disclosure. Review of Integrative Business and Economics Research, 6(3), 179-187.
2. Avrupa Birliği Sayıştayı - ECA (2011), Guideline for Audit of IT Environment, Lüksemburg
3. Ay., M. (2007). Bilişim Teknolojilerinin Muhasebe Denetiminde Kullanılması ve Türkiye'de Faaliyet Gösteren Bağımsız Denetim Firmalarında Bilişim Teknolojilerinin Kullanım Düzeyi Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, *7*(14), 271-290.
4. Bozkurt, Nejat, "Muhasebe Denetimi", Alfa Yayınları, İstanbul, 2000.
5. Biçer, A. A., & Aydın, O. (2015). Denetimde bilgisayar destekli denetim tekniklerinin (BDDT) kullanımı ve bu yöntem ile bir suiistimal vakasının tespiti. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt14 Sayı 28.
6. Gönen, S., ve Rasgen, M. (2015). Sürekli Denetim Sisteminin Bir Yazılım Programında Uygulanabilirliğine İlişkin Örnek Olay Çalışması. Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 7(1), *181-191*.
7. https://cdn-acikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/20_21_Bahar/denetim/6/index.html
8. Memiş, M., ve Kayahan, T. Ü. M. (2011). Sürekli denetim süreci ve iç denetim ile ilişkisi. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (37), 145-162.
9. Özbek, Ç. (2012). İç Denetim. TİDE Yayınları, Yayın No: 3, İstanbul.
10. Soğuksu, Z. Y. (2020). Muhasebe denetiminde dijital dönüşüm: denetim yazılımları. Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi, 13(2), 281-308.
11. Şen, İ. K. (2016). Bilgi Teknolojilerindeki Değişimin Finansal Tabloların Bağımsız Denetimine Etkisi: Sürekli Denetim. Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 383-404.
12. Tekbaş, İ., Kurnaz, E. Ve Azaltun, M., (2018). Dijital Muhasebe Okuryazarlığı: Muhasebe Meslek Mensupları

Üzerine Bir Araştırma. 5th International Congress on Accounting and Finance Research (ICAFR'18), Seferihisar, İzmir.

13. Tok, O. (2019. Muhasebe denetiminde bilgi teknolojilerinin kullanımı üzerine bir araştırma (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kayseri.
14. Türker, M. (2018). Dijitalleşme Sürecinde Küresel Muhasebe Mesleğinin Yeniden Şekillenmesine Bakış. Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 20(1), 202-235.
15. Tuan, K. (2014). Bilgisayar destekli bağımsız muhasebe denetiminde güvenilirliği etkileyen faktörler: Türkiye'deki bağımsız denetçiler üzerine bir araştırma (Yayımlanmış doktora tezi). Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Adana.
16. https://cdn-acikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/20_21_Bahar/denetim/6/index.html



26.

Organızatıonal Identıty Bıblıometrıc Analysıs

ÖRGÜTSEL KİMLİK BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Dr. Özgür Çark*

ÖZET

Örgütsel kimlik bir örgütün ayırt edici bir özelliği olarak, örgütün karakteri, kişiliği ve durumunu tasvir eden bir kavramdır. Eski zamanlarda daha durağan bir yapıya sahip olan örgütsel kimliğin modernizm ve postmodernizm ile birlikte daha dinamik bir yapıya tekâmül ettiği görülmektedir. Ayrıca örgütsel kimlik neyin değerli, neyin değersiz olduğu gibi konularda çalışanların algısını yönlendiren bir işleve sahip olması bakımından örgütsel bağlılık, örgütsel verim ve örgütsel performans açısından oldukça önemli bir kavramdır. Bu nedenle örgütsel kimlik kavramı sosyal bilimcilerin ilgisini çeken bir kavram olmuştur. Artan bu ilgi doğrultusunda alan yazını çeşitlenerek giderek genişlemektedir. Bu araştırmada, örgütsel kimlik konusunda alan yazının genel bir görünümünü çıkarmak amacıyla uluslararası literatür belirli kıstaslar doğrultusunda bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenmiştir. Araştırmada, makalenin yayınlandığı ülke, dergi, yayınlanma yılı ve yazarlar gibi kıstaslar kullanılmıştır. Bu kıstaslar kapsamında Web of Scince, Sosyal Bilimler Atıf İndeksi (SSCI) ve Gelişen Kaynaklar Atıf İndeksi (ESCI) üzerinden ulaşılan 149 adet makale değerlendirilmiştir. Makalelere ait analizler Web of Science ve VOSviewer uygulamaları ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler

***Assistant Professor, Bolu Abant İzzet Baysal University**

sonucunda ulaşılan bulgular doğrultusunda, yayınlanan en eski tarihli makalenin, 1995 yılında yayınlandığı görülmektedir. En fazla makalenin Organization Studies dergisinde yayınlandığı görülmektedir. Ortak kelime analizi sonucuna göre imaj, örgütsel kimlik, özdeşleşme, yönetim, yansımalar, stratejik değişim, meşruiyet kelimeleri öne çıkan kelimeler olarak konu hakkında yapılan çalışmalarda en sık tercih edilen anahtar kelimelerdir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Kimlik, Örgütsel Özdeşleşme, Alan Yazın İncelemesi, Bibliyometrik analiz

Abstract

Organizational identity is a concept that describes the character, personality and status of the organization as a distinctive feature. It is seen that the organizational identity, which had a more stable structure in the past, has evolved into a more dynamic structure with modernism and postmodernism. in addition, organizational commitment is a very important concept in terms of organizational efficiency and organizational performance, as it has a function that directs the perception of employees on issues such as what is valuable and what is worthless. For this reason, the concept of organizational identity has attracted the attention of social scientists. in line with this increasing interest, the literature is expanding and diversifying. in this research, the international literature was examined with the bibliometric analysis method in line with certain criteria in order to get a general view of the literature on organizational identity. in the research, criteria such as the country in which the article was published, the journal, the year of publication and the authors were used. Within the scope of these criteria, 149 articles accessed through Web of Science, Social Sciences Citation Index (SSCI) and Emerging Sciences Citation Index (ESCI) were evaluated. The analyzes of the articles were carried out with Web of Science and VOSviewer applications. in line with the findings obtained as a result of the analyzes, it is seen that the oldest published article was published in 1995. It is seen that the most articles were published in the journal of Organization Studies. According to the results of the common word analysis, image, organizational identity, identification, management, responses, strategic change and legitimacy are the most frequently preferred keywords in the studies.

Keywords: Organizational Identity, Organizational Identification, Literature Review, Bibliometric analysis

GİRİŞ

Ortak bir amacı gerçekleştirmek amacıyla bir araya gelmiş olan topluluklara örgüt denilmektedir. Örgütleri diğer örgütlerden ayıran en önemli unsurlardan biri olarak ifade edilen örgütsel kimlik, örgüt üyelerinin görece daimi ve esas olarak varsaydığı ve örgütü diğer örgütlerden ayıran özelliklere ilişkin ortak görüşlerini ifade etmektedir (Gioia vd., 2000, s. 64).

Kitlesel medya araçlarının ve internetin de yaygınlaşması ile birlikte eleştirel sesler eski zamanlara kıyasla artmıştır. Medya artık örgütlerin özel hayatlarını yakından izlemekte, kurumsal strateji, yönetim tarzı, kurumsal süreçler ve kurumsal sosyal sorumluluk gibi dahili iş uygulamaları ile örgütleri değerlendirerek ekonomik performans verilerini sunan iş analistlerinin de desteği ile örgütlerin imajı ile faaliyetleri arasında gözlenen aykırılıkları

kamuoyuna ifşa etmektedirler (Hatch & Schultz, 2002, s. 990). İdeal örgütsel kimlik ile gerçek örgütsel kimlik arasındaki farklılıklar temel gerilim sahasını oluşturmaktadır (Frandsen, 2017).

Özellikle örgütsel davranış alanında gerçekleştirilen çalışmalarda 1970 yılından sonra örgütsel kimlik kavramına artan bir ilgi olduğu görülmektedir. Örgütsel yaşamın fikirsel ve simgesel boyutlarına olan ilginin artması ile birlikte "örgütsel kimlik" ve "kurumsal kişilik" ile ilgili çalışmalara ilginin arttığı görülmektedir (Cornelissen, 2002, s. 259). Konu hakkında pek çok araştırma yapılmış olsa da kavramın mevcut ontolojik ve epistomolojik durumu halen tartışılmaya devam etmektedir (Oliver & Roos, 2007, s. 342). Örgütsel kimlik kavramının metaforluğu veya gerçekliği, kavramın ilişki ağı ve tanımı üzerindeki tartışmalar sürmektedir (Corley vd., 2006).

Bu çalışmada ise eskiye kıyasla daha dinamik bir yapıya tekâmül etmiş olan örgütsel kimlik kavramıyla ilgili alan yazının genel bir görünümünü ortaya koyulabilmek hedeflenmiştir. Bu sayede örgütsel kimlik kavramı ile ilgili genel görünüm ortaya konularak kavramla ilgili alanın sayısal analizi, yayın performans durumu, ağ yapısı, diğer kavramlar ile olan ilişkisi ve alt çalışma konularının ortaya konulması amaçlanmıştır.

Bu amaçla örgütsel kimlik kavramıyla ilgili tüm zamanları kapsayan bir bibliyometrik araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda WoS veri tabanları SSCI ve ESCI indekslerinde konuyla ilgili yayınlanmış makaleler taranarak yönetim ve işletme alanlarında ulaşılan 149 adet makalenin bibliyometrik analizi yapılmıştır. Öncelikle makalelere dair performans analizi gerçekleştirilmiş, sonrasında ise bilimsel haritalama analizi gerçekleştirilmiştir. Analize ilişkin bulgular paylaşılmış, sonuç kısmında ise analiz sonucu ulaşılan bulgular doğrultusunda literatür ve konu hakkında genel değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Örgütsel Kimlik

Örgütsel kimlik, çalışanların kuruluşun stratejisi etrafında inşa edilen kimlik yapısıyla özdeşleşmesi anlamına gelmekte, öte yandan onu yaratan kültür, eserler, davranışlar ve anlatılar aracılığıyla anlaşılır olmakta ve böylece çok yönlü örgütsel dinamiklerin bir kimlik oluşturmak için birlikte çalışma süreci sonucunda meydana gelmektedir (Batko & Baliga-Nicholson, 2019, s. 41).

Örgütsel kimlik çalışmalarının öncülerinden sayılan Albert ve Whetten (1985, s. 265), örgütsel kimliğin üç önemli karakteri olarak "merkezîlik, ayırt edicilik ve süreklilik" kavramlarını ileri sürmektedir. "Merkezîlik", kimliğin organizasyon için önemli ve gerekli bir şeye yaslanmasını ve bir sabiteyi belirtirken, "ayırt edicilik", kimliğin belirgin sosyal referanslarla karşılaştırıldığında rakipler ve diğer örgütlerden farklı olarak görülmesini sağlayan yönünü, "süreklilik" ise örgütün bir süre boyunca sabit kalan özelliklerini ifade etmektedir (He & Baruch, 2009, s. 577). Batko ve Baliga Nicholson (2019, s. 41), örgütsel kimliği, hem örgütün iç çevresi hem dış çevresi açısından ait olma ihtiyacını tatmin eden aynı zamanda örgütün, örgüt dışındaki insanlar tarafından fark edilmesini sağlayan bir sosyal kimlik biçimi olarak tanımlamaktadır. Örgütün kendi tarihine olan bağları nedeniyle, geçici veya geçici değişim girişimlerine dirençli olması örgütsel kimliğin başlıca özelliklerinden kabul

edilmektedir (Gioia vd., 2000, s. 64).

Alan yazında örgütsel kimlik ile ilgili üç farklı yaklaşım öne çıkmaktadır. Bunlardan ilki, örgüt kimliğinin değişmezliğini, sabit ve dayanıklı olduğunu ifade eden "sosyal aktör yaklaşımı", diğeri dış çevredeki bir değişiklik veya algılanan kimlik tehditleri tarafından veya stratejik amaçlar için örgütsel kimliğin değişebileceğini ve yönlendirilebileceğini öne süren "yapılandırmacı-yorumlayıcı yaklaşım" ve sonuncusu ise örgütsel kimliğin yeniden ve yeniden sürekli olarak inşa edildiğini ve dinamik bir yapıda değişimin sürekli devam ettiğini ileri süren "süreçsel-anlatısal yaklaşım" olarak ifade edilmektedir (Frandsen, 2017, s. 223). Haslam vd., (2017) alan yazında örgütsel kimlik çalışmalarının sosyal kimlik, sosyal inşacı ve sosyal aktör teorilerine yaslanmış olarak öne çıktığını ifade etmekte ve sosyal kimlik yaklaşımında sınıflandırma, sosyal inşacı yaklaşımda çerçeveleme ve sosyal aktör yaklaşımında ise kişiselleştirme metaforunun kullanıldığını ifade etmektedir.

Alan yazında ayrıca, örgütsel kimlik ile birey (ben) ve bireysel kimlik (beni) ilişkisine dikkat çeken araştırmalar (Hatch & Schultz, 2002), örgütsel kimliğin bilgi üretimindeki etkisine odaklanan çalışmalar (Cornelissen, 2002; Lee vd., 2014; Nag vd., 2007) dikkat çekmektedir. He ve Baruch (2009), örgütsel kimlik çalışmalarının birey kimliği, grup kimliği, örgütsel kimlik ve birey ile örgüt kimliğinin bütünleşmesini ifade eden örgütsel özdeşleşme konularını kapsayacak şekilde çeşitlendiği ve bu çalışmaların pozitivist, yorumlayıcı ve post modern yaklaşımlar ile ele alındığını ifade etmektedir. Aslında örgütsel kimlik, "ben kimim?" ve "biz kimiz?" soruları ile kimliğin farklı analiz seviyelerinde bir varlık olarak kendisini tanımlamasıyla alakalı açık, örtük, kendiliğinden veya bilinçli olarak kendine referanslı bir anlam olarak ifade edilebilir (Corley vd., 2006, s. 87). Son zamanlardaki araştırmaların ekseriyetinde Mead tarafından temelleri atılmış olan "sosyal kimlik" teorisine yaslanmış araştırmalar dikkat çekmektedir (Hatch & Schultz, 2002). Bunun yanı sıra örgütsel kimliğe zaman çerçevesinde bakan çalışmalara da rastlanılmakta olup, bunlar kimlik inşasına süregiden bir şimdinin perspektifinden bakmanın örgütsel kimliğin zamansal dinamiklerini anlamaya çalışan araştırmalardır (Schultz & Hernes, 2013).

Örgütsel kimlik araştırmaları alan yazında çeşitlenmektedir. Örgütsel kimliği, örgüt üyelerinin davranışlarına anlam atfetmede başvurdukları yorum kalıpları olarak ifade eden, örgüt üyelerinin yeni liderler ve yönetim yaklaşımları ile karşılaştıklarında örgütsel kimliği yeniden yorumlayıcı yaklaşımlar sergileyebildiğini ifade ederek önceki çalışmalara atıfta bulunan Chen (2011, ss. 385-386), Chang ve Chen (2013, s. 1057) yeşil örgütsel kimlik kavramını ele almışlar, çevresel performans ve inovayson performansı üzerindeki etkilerini değerlendirmek suretiyle rekabet avantajı açısından önemine değinmişlerdir.

Örgütsel kimlik ile ilgili pek çok sektörde çalışmalar yürütülmüştür. Stratejik gruplarda örgütsel kimlik (Anand vd., 2013), spor gönüllüleri arasında örgütsel kimliğin oluşumuna odaklanan (Wegner vd., 2021), franchise markalarda örgütsel kimlik bakış açısı (Zachary vd., 2011) aile işletmelerinde örgütsel kimlik (Anglin vd., 2017; Brinkerink vd., 2020), danışmanlık firmalarında örgütsel kimlik inşası (Alvesson & Empson, 2008), sanat alanında örgütsel kimlik (Antal & Strauss, 2014; Glynn, 2000), havacılık sektöründe tarihsel perspektifte hatırlamak

ve unutmak üzerinden örgütsel kimlik tespiti (Anteby & Molnar, 2012), gazete endüstrisinde örgütsel kimlik yönelimi (Araci, 2019; Araci vd., 2020), bankacılık sektöründe örgütsel kimlik (Madsen, 2016), ulusal kimlik ve örgütsel kimlik ilişkisi (Baba vd., 2021), sermaye girişimleri tarihinde örgütsel kimlik (Barnes & Newton, 2018), sınır ötesi çalışmaların örgütsel kimlik üzerindeki etkileri (Bartel, 2001), dijital örgütsel kimlik (Batko & Baliga-Nicholson, 2019), KOBi'lerde örgütsel kimlik (Batra & Sharma, 2017; Huang-Horowitz & Evans, 2020), turizm sektöründe örgütsel kimlik (Martinez vd., 2014), kar amacı gütmeyen sosyal girişimler ve örgütsel kimlik (Cornelissen vd., 2021; Daniel & Galasso, 2019; Echeverri, 2018; Georgallis & Lee, 2020; Golden-Biddle & Rao, 1997; Grimes, 2010), gibi çalışmalar farklı sektörler açısından örgütsel iklim konusunu ele alan çalışmalardan öne çıkanlarıdır.

Örgütsel davranış ve işletme yönetiminin farklı işlevleri açısından da örgütsel kimlik kavramını ele alan çalışmalar da bir hayli artmıştır. CEO karizmatik gücü ile örgütsel kimlik arasındaki ilişki (Boehm vd., 2015), muhasebede iç denetim ve örgütsel iklim ilişkisi (Burt & Libby, 2021), pazar, pazarlama ve satış ile örgüt kimliği ilişkisi (Cayla & Penaloza, 2012; Christensen, 1995; Ciuchta & O'Toole, 2018; Echeverri, 2018; Martin vd., 2011), örgütsel birleşmeler ve örgütsel kimlik ilişkisi (Clark vd., 2010), gelişmekte olan endüstrilerde örgütsel kimlik inşasında zaman ve mekan ilişkisi (Clegg vd., 2007), örgütsel kimlik ve işten ayrılma niyeti ile ilişkisi (Cole & Bruch, 2006), itibar yönetimi ve örgütsel kimlik (Doering vd., 2021; Huang-Horowitz & Freberg, 2016), kariyer yönetimi ve örgütsel kimlik (Kong vd., 2020), kamusal radyo kuruluşunda örgütsel kimlik (Evans, 2015), insan kaynakları uygulamaları ve örgütsel kimlik (Domurath vd., 2020; Hurst & Pattath, 2019; Li vd., 2012) gibi çalışmalar örgütsel kimlik konusunda örgütsel davranış ve yönetim alanında öne çıkan çalışmalardır.

Yöntem

Araştırma sorularına yanıt bulabilmek için WoS veri tabanlarında yer alan ve tüm zamanlarda "örgütsel kimlik" alanında yayınlanmış olan yayınlar taranarak incelenmiştir. Alan yazınının mevcut durumunu görebilmek ve inceleyebilmek adına oldukça kullanışlı bir yöntem olan bibliyometrik analiz (Bağış, 2021) yöntemi ile ulaşılan makaleler analiz edilmiştir. Bu araştırma için 2021 yılının Ekim ayında Web of Science (WoS) veri tabanları temel koleksiyonunda bulunan makaleler taranmıştır. Başlık kısmına "organizational identity" yani "örgütsel kimlik" yazarak, tüm yılları kapsayacak şekilde WoS SSCI ve ESCI indekslerinde yayınlanmış "yönetim" ve işletme" kategorilerinde yer alan makaleler filtrelendiğinde 149 adet makaleye ulaşılmıştır. En çok atıf alan yayın sıralaması tercih edilerek makaleler sıralanmıştır.

WoS veri tabanlarından örgütsel kimlik alanında ulaşılan 149 adet makalenin analizinde WoS veri tabanında sunulan analizler ve VOSviewer paket programından yararlanılmıştır. Tarama sonucu elde edilen veri seti, yayın yılı, yayınlanan ülke, yayınlanan dergi, yayıncı kuruluş, yazar ve ortak kelime analizi ile incelenerek performans analizi yapılmıştır. Daha sonra analizlerin bilimsel haritalaması gerçekleştirilmiştir.

Örgütsel Kimlik Alan Yazınına İlişkin Bulgular

Bu bölümde WoS veri tabanlarından elde edilen veri setinin bibliyometrik analizi sonucu ulaşılan bulgulara değinilmiştir. Bibliyometrik analiz yapılırken iki tür analiz öne çıkmaktadır bunlardan ilki; literatürün genel durumunu göstermeyi amaçlayan, yayın yılı, ülke, dergi adı, kurum, yayıncı kuruluş gibi göstergeler yardımıyla ilgili alan hakkında büyük resmi görmeyi sağlayan performans analizi, ikincisi ise alan yazınından ulaşılan ilgili veri seti üzerinden alanın eğilimleri, yaklaşımları, bilişsel ve fikirsel yapısı ile alt konuları hakkında fikir edinmek için analize tabi tutulan unsurlar arasındaki bağlantıların görsel olarak elde edildiği bilimsel alan haritalama analizidir (Bağış, 2021, ss. 97-98; Öztürk, 2021, ss. 40-41).

Öncelikle "örgütsel kimlik" alanına dair alanın bir performans analizi gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda makalelerin yayınlandıkları indeksler, yayın yılı, yayınlandıkları dergi adı, yayıncı kuruluş, makalelerin menşe ülkesi, yayınların yazarlarına dair bulgular ve anahtar kelimeler incelenmiştir. Tablo 1'de tüm zamanlarda yayınlanmış örgütsel kimlik alanında ulaşılan 149 adet makalenin yıllara göre dağılımı sunulmaktadır.

Tablo 1:
Makalelerin yıllara göre dağılımı

Yayın yılı	**Adet**	**% of 149**	**Yayın yılı**	**Adet**	**% of 149**	**Yayın yılı**	**Adet**	**% of 149**
2019	21	14.094	2021	8	5.369	2002	2	1.342
2018	12	8.054	2010	7	4.698	2008	2	1.342
2020	12	8.054	2016	7	4.698	1997	1	0.671
2013	11	7.383	2009	6	4.027	2001	1	0.671
2014	9	6.040	2006	5	3.356	2003	1	0.671
2007	8	5.369	1996	3	2.013	2004	1	0.671
2011	8	5.369	2012	3	2.013	2005	1	0.671
2015	8	5.369	1995	2	1.342			
2017	8	5.369	2000	2	1.342			

WoS veri tabanında SSCI ve ESCI indekslerde örgütsel kimlik alanında tüm yılları kapsayan tarama sonucunda ulaşılan 149 yayının yaklaşık %92'si 2000 yılından sonra yayınlanan makalelerden oluşmaktadır. Farklı bir ifade ile örgütsel kimlik kavramına olan ilginin 2000'li yıllardan sonra arttığı anlaşılmaktadır.

Tablo 1 incelendiğinde en fazla makalenin 2019 yılında yayınlandığı görülmektedir. WoS veri tabanında bu taramanın Ekim ayında yapıldığı göz önünde bulundurulduğunda ilerleyen ay ve senelerde şu an ki 2021 yayın sayısı olan 8'in üzerine çıkılacağı öngörülmektedir.

WoS veri tabanında söz konusu yayınlar, yayınlandıkları indekslere göre incelendiğinde 149 makaleden 134'ünün yani yaklaşık %90'ının SSCI indeksinde, yaklaşık %10'u oluşturan 15'inin ise ESCI indeksinde yayınlandığı görülmektedir. Bu yayınların yayınlandıkları dergi dağılımları ise tablo 2' de gösterilmektedir.

Tablo 2:
Makalelerin yayınlandıkları dergiler

Dergi Adı	**Yayın Sayısı**
ORGANIZATION STUDIES	10
BRITISH JOURNAL OF MANAGEMENT	8
ACADEMY OF MANAGEMENT JOURNAL	6
ORGANIZATION SCIENCE	6
ACADEMY OF MANAGEMENT REVIEW	5
ADMINISTRATIVE SCIENCE QUARTERLY	5
HUMAN RELATIONS	5
INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS COMMUNICATION	5
SCANDINAVIAN JOURNAL OF MANAGEMENT	5
STRATEGIC ORGANIZATION	5

Yayıncı kuruluşlar kategorisinde yayınların dağılımı ise tablo 3'de gösterilmektedir.

Tablo 3:
Makaleleri yayınlayan yayıncı kuruluşlar

Yayıncı Kuruluş	**Yayın Sayısı**	**%**
Sage	45	30.201
Wiley	22	14.765
Acad Management	13	8.725
Elsevier	13	8.725
Emerald Group Publishing	16	10.738
Taylor & Francis	13	8.725
Springer Nature	7	4.698
Informs	5	3.356
Diğerleri	15	10.067

Yayıncı kuruluşlar kapsamında makaleler incelendiğinde, yayınların %90 gibi büyük çoğunluğu Sage, Wiley, Acad Management, Elsevier, Emerald, Taylor&Francis, Springer ve Informs gibi büyük yayıncı kuruluşlara aitken yaklaşık %10'u diğer yayıncı kuruluşlara aittir. 45 yayın ile en fazla yayına sahip yayıncı kuruluş Sage' dir. Yayınlanan makalelerin yayınlandıkları ülkelere göre dağılımı tablo 4' de gösterilmektedir.

Tablo 4:
Makalelerin yayınlandıkları ülkeler

No	Ülke	**Yayın Sayısı**	**%**
1	USA	63	42.282
2	ENGLAND	21	14.094
3	DENMARK	14	9.396
4	CANADA	11	7.383
5	GERMANY	9	6.040
6	SWEDEN	9	6.040
7	AUSTRALIA	8	5.369
8	PEOPLES R CHINA	8	5.369
9	NETHERLANDS	7	4.698
10	ITALY	6	4.027
11	SWITZERLAND	6	4.027
12	TAIWAN	5	3.356
13	FINLAND	4	2.685
14	FRANCE	3	2.013
15	NORWAY	3	2.013
16	SINGAPORE	3	2.013
17	INDIA	2	1.342
18	INDONESIA	2	1.342
19	IRAN	2	1.342
20	NEW ZEALAND	2	1.342
21	SPAIN	2	1.342
22	TURKEY	2	1.342
23	ALGERIA	1	0.671
24	BELGIUM	1	0.671
25	BRAZIL	1	0.671

Makalelerin yayınlandığı ülkeler incelendiğinde "örgütsel kimlik" alanında yayınlanan makalelerin yaklaşık %42'si ABD menşeli yayınlanmış olup devamında İngiltere, Danimarka ve Kanada gelmektedir. Türkiye menşeli yayınlanan yayın sayısı 2 olup, dünya sıralamasında 22. sırada yer almaktadır. Makale yazarlarının dağılımı tablo 5' de gösterilmektedir.

Tablo 5:
Makale yazarlarının dağılımı

No	Ülke	Yayın Sayısı	%
1	Corley KG	5	3.356
2	Gioia DA	5	3.356
3	Ravasi D	5	3.356
4	Schultz M	5	3.356
5	Oliver D	4	2.685
6	Cornelissen JP	3	2.013
7	Hatch MJ	3	2.013
8	Jacobs CD	3	2.013
9	Kreiner GE	3	2.013
10	Kreutzer K	3	2.013

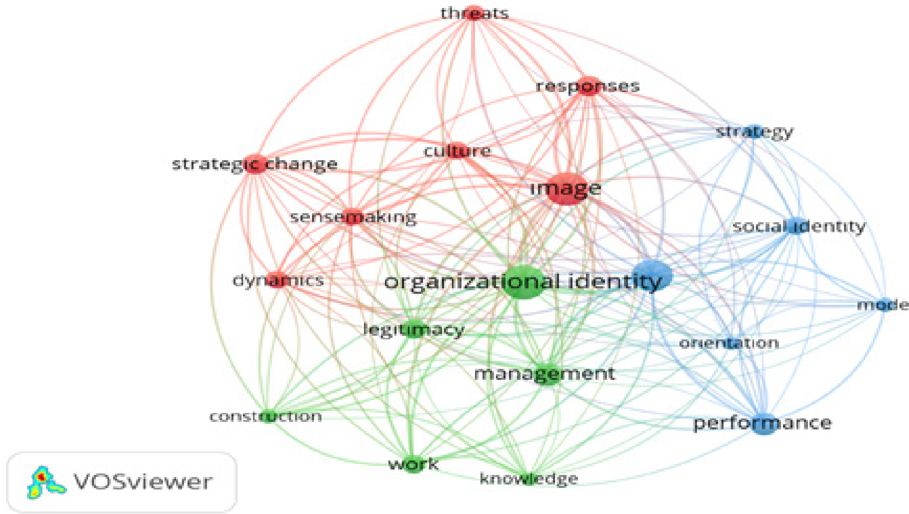
Tablo 5 incelendiğinde 5 yayın ile "örgütsel kimlik" alanında en fazla yayın yapan araştırmacı yazarıların Corley, Gioia, Ravasi ve Schultz olduğu görülmektedir. Alan yazınında "örgütsel kimlik" konusunda yapılan yayınların ilgilendikleri temel konu başlıklarını analiz edip anlayabilmek için ortak kelime (co-word/co-occurance) analizi yapılmıştır. VOSviewer uygulaması yardımıyla yapılan analiz neticesinde ulaşılan bulgular tablo 6' da sunulmuştur.

Tablo 6:
Ortak kelime analiz bulguları

No	Ortak Kelime	Kullanım Sıklığı
1	image	64
2	organizational identity	69
3	identification	57
4	management	30
5	strategic change	24
6	responses	25
7	sensemaking	18
8	legitimacy	23
9	performance	30
10	culture	18
11	threats	15
12	work	21
13	social identity	19
14	dynamics	18

Tablo 6 incelendiğinde "örgütsel kimlik" alanında yayınlanmış olan 149 makalenin anahtar kelimelerinden yola çıkılarak yapılan ortak kelime analizinde 69 kez ile en çok kullanılan ortak kelimenin örgütsel kimlik (organizational identity), sonrasında 64 kez ile imaj (image) olduğu görülmektedir. Sonrasında 57 kez ile özdeşleşme (identification) kelimelerinin kullanıldığı görülmektedir. Tablo 6' dan da anlaşılacağı üzere örgütsel kimlik konusunda yapılan çalışmaların çoğunda imaj, kültür, özdeşleşme, performans, yönetim, meşruiyet, anlamlandırma, örgütsel değişim gibi bir örgütü diğer örgütlerden ayıran yönleri hakkında çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bu bölümde ise bilimsel alan haritalaması kapsamında ortak atıf analizi ve ortak kelime analizine dair bulgular sunulmuştur.

Şekil 1: Ortak Kelime Ağı Analizi



Şekil 1 incelendiğinde, tablo 6' dekine benzer olarak "örgütsel kimlik, imaj, özdeşleşme" kelimelerinin diğer kavramlar ile ortak ağ yapısı oluşturduğu ve ağların bu üç kavram üzerinde kümelendiği dikkat çekmektedir.

SONUÇ

Örgütsel kimlik konusunda yapılan bibliyometrik araştırma sonucunda konuya olan ilginin özellikle 2000'li yıllardan sonra arttığı görülmektedir. WoS veri tabanlarında yer alan SSCI ve ESCI indekslerinde yönetim ve işletme alanında "örgütsel kimlik" konusunda tüm zamanları kapsayan bir araştırma yapıldığında 149 adet makaleye ulaşılmakta ve bu makalelerin yaklaşık olarak %92'si 2000 yılından sonra yayınlanan makalelerdir.

Konuyla ilgili makalelerin yayınlandıkları dergiler, Sage, Wiley, Acad Management, Elsevier, Emerald, Taylor&Francis, Springer ve Informs gibi alanında öncü büyük yayıncı kuruluşların yayınladıkları dergilerdir. Yayınlanmış makalelerin yaklaşık %90' ı bu yayıncı kuruluşlar tarafından yayınlanan dergilerde yer alan makalelerdir. 10 makale ile örgütsel kimlik

konusunda en fazla makale yayınlayan dergi ise Organization Studies adlı dergidir.

Örgütsel kimlik alanında en çok makale yayınlayan ülke ise sırasıyla ABD, İngiltere, Danimarka ve Kanada'dır. Bu dört ülkede yayınlanmış olan makale toplamda yayınlanmış makalelerin yaklaşık %70'ini ihtiva etmektedir. Corley, Gioia, Ravasi ve Schultz adlı araştırmacılar 5 makale ile en fazla makale yayınlayan araştırmacılardır.

Yapılan ortak kelime analizinden elde edilen sonuçlara göre örgütsel kimlik konusunda yapılan çalışmaların çoğunda imaj, kültür, özdeşleşme, performans, yönetim, meşruiyet, anlamlandırma, örgütsel değişim gibi örgütün özgün yönlerini ortaya koyan örgütün kültürü ve kimliği ile alakalı konuların çalışıldığı görülmektedir. Bu durum örgütsel kimlik konusunda yapılan çalışmaların örgüt kültürü üzerinden geliştiği ve şekillendiğini ortaya koymaktadır. Bugün gelinen noktada dijital dönüşüm ile ilintili bir örgüt kimliğine doğru yönelme de dikkat çekmektedir.

Alan yazınında örgütsel kimliğin *"merkezi kimlik"*, *ayırt edici kimlik"* ve *"sürekli kimlik"* olmak üzere üç ayrı özellik üzerinden ele alındığı ayrıca örgütsel kimlik konusunun bir araştırma sahası olarak *"sosyal aktör"*, *"yapılandırmacı-yorumlayıcı"* ve *"süreçsel-anlatısal"* yaklaşımlar doğrultusunda ele alındığı dikkat çekmektedir (Frandsen, 2017). Daha genel bir sınıflandırma ile örgütsel kimlik kavramı bugün pozitivist, yorumlayıcı ve post modern yaklaşımlar ile ele alınmaktadır (He & Baruch, 2009).

Dünyada bilgi iletişim teknolojileri yardımıyla hızla yaygınlaşan internet teknolojisi bireyleri, örgütleri ve toplumu kısaca tüm ekosistemi derinden etkilemektedir. İşletmeler bu değişimin hem etkeni hem edilgeni olması hasebiyle bu değişimin en önemli unsurları arasında yer almaktadır. Yaşanan dijital dönüşüm, örgüt ve yönetim kavramlarının yeniden yorumlanmasını gerektirmektedir. Tarihsel süreç içerisinde sanayi devrimi sonrasında klasikten neoklasiğe, modernden post modern yönetim anlayışlarına yaşanan dönüşüm bugün artık örgüt kimliğinin doğasını ve yorumunu yeniden ele almayı gerektirecek bir noktaya yönelmiştir. Örgütler ve akademi bu yeni ekosistem içerisinde örgütsel kimlik ve örgüt ile örgüt üyelerinin uyumunu ifade eden örgütsel özdeşleşme kavramını günün şart ve özelliklerini göz önünde bulundurarak değerlendirmelidir.

KAYNAKÇA

1. Albert, S., & Whetten, D. A. (1985). Organizational identity", in Cummings. *Research in Organizational Behavior*, *7*, 263-265.
2. Alvesson, M., & Empson, L. (2008). The construction of organizational identity: Comparative case studies of consulting firms. *Scandinavian Journal of Management*, *24*(1), 1-16. https://doi.org/10.1016/j.scaman.2007.10.001
3. Anand, V., Joshi, M., & O'Leary-Kelly, A. (2013). An Organizational Identity Approach to Strategic Groups. *Organization Science*, *24*(2), 571-590. https://doi.org/10.1287/orsc.1120.0752
4. Anglin, A., Reid, S., Short, J., Zachary, M., & Rutherford, M. (2017). An Archival Approach to Measuring Family Influence: An Organizational Identity Perspective. *Family Business Review*, *30*(1), 19-36. https://doi.org/10.1177/0894486516669254
5. Antal, A., & Strauss, A. (2014). Not only art's task-Narrating bridges between unusual experiences with art and organizational identity. *Scandinavian Journal of Management*, *30*(1), 114-123. https://doi.org/10.1016/j.scaman.2013.11.001

6. Anteby, M., & Molnar, V. (2012). Collective Memory Meets Organizational Identity: Remembering to Forget in a Firm's Rhetorical History. *Academy of Management Journal*, *55*(3), 515-540. https://doi.org/10.5465/amj.2010.0245
7. Araci, O. (2019). Using content analysis to reveal organizational identity orientation evidence from the newspaper industry. *Management Research Review*, *42*(3), 314-331. https://doi.org/10.1108/MRR-01-2018-0018
8. Araci, O., Boal, K., & Gurbuz, G. (2020). An approach to gain more with less concessions: Transitive strategic responses of organizations under the effect of organizational identity and relations with environment. *Journal of East European Management Studies*, *25*(2), 384-407. https://doi.org/10.5771/0949-6181-2020-2-384
9. Baba, S., Hemissi, O., & Hafsi, T. (2021). National Identity and Organizational Identity in Algeria: Interactions and Influences. *Management*, *24*(2), 66-85. https://doi.org/10.37725/mgmt.v24.7809
10. Bağış, M. (2021). Bibliyometrik Araştırmalarda Kullanılan Başlıca Analiz Teknikleri. İçinde *Bir Literatür İncelemesi Aracı Olarak Bibliyometrik Analiz* (1. bs, ss. 97-109). Nobel Yayıncılık.
11. Barnes, V., & Newton, L. (2018). Visualizing organizational identity: The history of a capitalist enterprise. *Management & Organizational History*, *13*(1), 24-53. https://doi.org/10.1080/17449359.2018.1431552
12. Bartel, C. (2001). Social comparisons in boundary-spanning work: Effects of community outreach on members' organizational identity and identification. *Administrative Science Quarterly*, *46*(3), 379-413. https://doi.org/10.2307/3094869
13. Batko, R., & Baliga-Nicholson, K. (2019). Digital Innovation as the Key Factor in Changing Organizational Identity into a Digital Organizational Identity. *Problemy Zarzadzania-Management Issues*, *17*(4), 39-51. https://doi.org/10.7172/1644-9584.84.3
14. Batra, S., & Sharma, S. (2017). Stronger may not be better: Organizational identity strength and performance of Indian SMEs. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, *55*(2), 234-254. https://doi.org/10.1111/1744-7941.12114
15. Boehm, S., Dwertmann, D., Bruch, H., & Shamir, B. (2015). The missing link? Investigating organizational identity strength and transformational leadership climate as mechanisms that connect CEO charisma with firm performance. *Leadership Quarterly*, *26*(2), 156-171. https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2014.07.012
16. Brinkerink, J., Rondi, E., Benedetti, C., & Arzubiaga, U. (2020). Family business or business family? Organizational identity elasticity and strategic responses to disruptive innovation. *Journal of Family Business Strategy*, *11*(4). https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2020.100360
17. Burt, I., & Libby, T. (2021). Organizational identity, professional identity salience and internal auditors' assessments of the severity of internal control concerns. *Managerial Auditing Journal*, *36*(4), 513-534. https://doi.org/10.1108/MAJ-02-2020-2566
18. Cayla, J., & Penaloza, L. (2012). Mapping the Play of Organizational Identity in Foreign Market Adaptation. *Journal of Marketing*, *76*(6), 38-54. https://doi.org/10.1509/jm.10.0015
19. Chang, C., & Chen, Y. (2013). Green organizational identity and green innovation. *Management Decision*, *51*(5), 1056-1070. https://doi.org/10.1108/MD-09-2011-0314
20. Chen, Y. (2011). Green organizational identity: Sources and consequence. *Management Decision*, *49*(3-4), 384-404. https://doi.org/10.1108/00251741111120761
21. Christensen, L. (1995). Buffering Organizational Identity in the Marketing Culture. *Organization Studies*, *16*(4), 651-672. https://doi.org/10.1177/017084069501600409
22. Ciuchta, M., & O'Toole, J. (2018). Buy Local? Organizational Identity in the Localism Movement. *Business & Society*, *57*(7), 1481-1497. https://doi.org/10.1177/0007650316648642
23. Clark, S., Gioia, D., Ketchen, D., & Thomas, J. (2010). Transitional Identity as a Facilitator of Organizational Identity Change during a Merger. *Administrative Science Quarterly*, *55*(3), 397-438. https://doi.org/10.2189/asqu.2010.55.3.397
24. Clegg, S., Rhodes, C., & Kornberger, M. (2007). Desperately seeking legitimacy: Organizational identity and emerging industries. *Organization Studies*, *28*(4), 495-513. https://doi.org/10.1177/0170840606067995
25. Cole, M., & Bruch, H. (2006). Organizational identity strength, identification, and commitment and their

relationships to turnover intention: Does organizational hierarchy matter? *Journal of Organizational Behavior*, *27*(5), 585-605. https://doi.org/10.1002/job.378

26. Corley, K., Harquail, C., Pratt, M., Glynn, M., Fiol, C., & Hatch, M. (2006). Guiding organizational identity through aged adolescence. *Journal of Management Inquiry*, *15*(2), 85-99. https://doi.org/10.1177/1056492605285930
27. Cornelissen, J. (2002). on the "Organizational identity" metaphor. *British Journal of Management*, *13*(3), 259-268. https://doi.org/10.1111/1467-8551.00242
28. Cornelissen, J., Akemu, O., Jonkman, J., & Werner, M. (2021). Building Character: The Formation of a Hybrid Organizational Identity in a Social Enterprise. *Journal of Management Studies*, *58*(5), 1294-1330. https://doi.org/10.1111/joms.12640
29. Daniel, J., & Galasso, M. (2019). Revenue Embeddedness and Competing Institutional Logics: How Nonprofit Leaders Connect Earned Revenue to Mission and Organizational Identity. *Journal of Social Entrepreneurship*, *10*(1), 84-107. https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541004
30. Doering, H., Downe, J., Elraz, H., & Martin, S. (2021). Organizational identity threats and aspirations in reputation management. *Public Management Review*, *23*(3), 376-396. https://doi.org/10.1080/14719037.2019.1679234
31. Domurath, A., Patzelt, H., & Liebl, A. (2020). Does negative feedback impact new ventures' organizational identity? The role of founding teams' human capital and feedback source. *Journal of Business Venturing*, *35*(3). https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.105987
32. Echeverri, P. (2018). Co-creating sociality: Organizational identity and marketing in voluntary organizations. *Service Industries Journal*, *38*(5-6), 282-302. https://doi.org/10.1080/02642069.2017.1374373
33. Evans, S. (2015). Defining Distinctiveness: The Connections Between Organizational Identity, Competition, and Strategy in Public Radio Organizations. *International Journal of Business Communication*, *52*(1), 42-67. https://doi.org/10.1177/2329488414560280
34. Frandsen, S. (2017). The silver bullet of branding: Fantasies and practices of organizational identity work in organizational identity change process. *Scandinavian Journal of Management*, *33*(4), 222-234. https://doi.org/10.1016/j.scaman.2017.10.001
35. Georgallis, P., & Lee, B. (2020). Toward a theory of entry in moral markets: The role of social movements and organizational identity. *Strategic Organization*, *18*(1), 50-74. https://doi.org/10.1177/1476127019827474
36. Gioia, D., Schultz, M., & Corley, K. (2000). Organizational identity, image, and adaptive instability. *Academy of Management Review*, *25*(1), 63-81. https://doi.org/10.2307/259263
37. Glynn, M. (2000). When cymbals become symbols: Conflict over organizational identity within a symphony orchestra. *Organization Science*, *11*(3), 285-298. https://doi.org/10.1287/orsc.11.3.285.12496
38. Golden-Biddle, K., & Rao, H. (1997). Breaches in the boardroom: Organizational identity and conflicts of commitment in a nonprofit organization. *Organization Science*, *8*(6), 593-611. https://doi.org/10.1287/orsc.8.6.593
39. Grimes, M. (2010). Strategic Sensemaking Within Funding Relationships: The Effects of Performance Measurement on Organizational Identity in the Social Sector. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *34*(4), 763-783. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00398.x
40. Haslam, S., Cornelissen, J., & Werner, M. (2017). Metatheories and Metaphors of Organizational Identity: Integrating Social Constructionist, Social Identity, and Social Actor Perspectives within a Social Interactionist Model. *International Journal of Management Reviews*, *19*(3), 318-336. https://doi.org/10.1111/ijmr.12150
41. Hatch, M., & Schultz, M. (2002). The dynamics of organizational identity. *Human Relations*, *55*(8), 989-1018. https://doi.org/10.1177/0018726702055008181
42. He, H., & Baruch, Y. (2009). Transforming organizational identity under institutional change. *Journal of Organizational Change Management*, *22*(6), 575-599. https://doi.org/10.1108/09534810910997014
43. Huang-Horowitz, N., & Evans, S. (2020). Communicating Organizational Identity as Part of the Legitimation Process: A Case Study of Small Firms in an Emerging Field. *International Journal of Business Communication*, *57*(3), 327-351. https://doi.org/10.1177/2329488417696726
44. Huang-Horowitz, N., & Freberg, K. (2016). Bridging organizational identity and reputation messages online: A

conceptual model. *Corporate Communications*, *21*(2), 195-212. https://doi.org/10.1108/CCIJ-06-2014-0034

45. Hurst, R., & Pattath, P. (2019). Organizational identity in acculturation in cross-border acquisitions: Implications for HRD practitioners in global M&A. *Human Resource Development International*, *22*(1), 44-67. https://doi.org/10.1080/13678868.2018.1488487
46. Kong, H., Okumus, F., & Bu, N. (2020). Linking organizational career management with Generation Y employees' organizational identity: The mediating effect of meeting career expectations. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, *29*(2), 164-181. https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1616644
47. Lee, J., Park, N., & Kim, H. (2014). The effect of change in organizational identity on knowledge creation by mobile R&D workers in M&As. *Journal of Organizational Change Management*, *27*(1), 41-58. https://doi.org/10.1108/JOCM-12-2012-0195
48. Li, J., Tang, G., & Chen, Y. (2012). Firms' human resource in information system and sustainable performance: Does their organizational identity matter? *International Journal of Human Resource Management*, *23*(18), 3838-3855. https://doi.org/10.1080/09585192.2012.665074
49. Madsen, V. (2016). Constructing Organizational Identity on Internal Social Media: A Case Study of Coworker Communication in Jyske Bank. *International Journal of Business Communication*, *53*(2), 200-223. https://doi.org/10.1177/2329488415627272
50. Martin, K., Johnson, J., & French, J. (2011). Institutional pressures and marketing ethics initiatives: The focal role of organizational identity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *39*(4), 574-591. https://doi.org/10.1007/s11747-010-0246-x
51. Martinez, P., Perez, A., & del Bosque, I. (2014). Exploring the Role of CSR in the Organizational Identity of Hospitality Companies: A Case from the Spanish Tourism Industry. *Journal of Business Ethics*, *124*(1), 47-66. https://doi.org/10.1007/s10551-013-1857-1
52. Nag, R., Corley, K., & Gioia, D. (2007). The intersection of organizational identity, knowledge, and practice: Attempting strategic change via knowledge grafting. *Academy of Management Journal*, *50*(4), 821-847.
53. Oliver, D., & Roos, J. (2007). Beyond text: Constructing organizational identity multimodally. *British Journal of Management*, *18*(4), 342-358. https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2007.00516.x
54. Öztürk, O. (2021). Bibliyometrik Araştırmaların Tasarımına İlişkin Bir Çerçeve. İçinde *Bir Literatür İncelemesi Aracı Olarak Bibliyometrik Analiz* (1. bs, ss. 33-50). Nobel Yayıncılık.
55. Schultz, M., & Hernes, T. (2013). A Temporal Perspective on Organizational Identity. *Organization Science*, *24*(1), 1-21. https://doi.org/10.1287/orsc.1110.0731
56. Wegner, C., Baker, B., & Jones, G. (2021). Organizational Identity Development in Sport Volunteers. *Journal of Sport Management*, *35*(4), 325-337. https://doi.org/10.1123/jsm.2020-0042
57. Zachary, M., McKenny, A., Short, J., Davis, K., & Wu, D. (2011). Franchise branding: An organizational identity perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *39*(4), 629-645. https://doi.org/10.1007/s11747-011-0252-7



27.

ÇOCUKLARA YÖNELİK SOSYAL KORUMA POLİTİKALARI

(2020–22 Dünya Sosyal Koruma Raporu Perspektifinden)

Social Protection Policies For Children (From The Perspective of the 2020–22 World Social Protection Report)

Dr. Sevgi Işik Erol*

ÖZET

Yoksulluğun etkileri bir aileyi etkilemeye başladığında, en çok etkilenen ve zarar görenler ne yazık ki o ailenin çocuklarıdır. Yoksulluk, çocukların bedensel, ruhsal ve zihinsel gelişimlerini, eğitim, sağlık gibi hizmetlere erişimlerini engellemektedir. Sosyal koruma politikaları, çocuk yoksulluğunun azaltılmasında ve çocukluklarından mahrum bırakılan çocukların çocukluklarını yaşamalarını sağlamada önemli bir rol oynamaktadır. Konunun önemi nedeniyle bu çalışmada çocuklara yönelik sosyal koruma politikaları 2020-22 Dünya Sosyal Koruma Raporu perspektifinden ele alınmıştır. Teorik bir çerçevede ele alınan çalışma, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ve Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu'ndan (UNICEF) elde edilen veriler doğrultusunda açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Çocuk, Çocuk Yoksulluğu, Sosyal Koruma.

*** Associate Professor, Batman University, Faculty of Economics and Administrative Sciences**

Abstract

When the effects of poverty begin to affect a family, those who are most affected and harmed are unfortunately the children of that family. Poverty prevents children's physical, spiritual and mental development and their access to services such as education and health. Social protection policies play an important role in reducing child poverty and enabling children deprived of their childhood to live their childhood. Due to the importance of the subject, social protection policies for children was deal with from the perspective of the 2020-22 World Social Protection Report in this study. The study, which is handled in a theoretical framework, has been tried to be explained in line with the data obtained from the International Labor Organization (ILO) and the United Nations Children's Fund (UNICEF).

Key Words: Child, Child Poverty, Social Protection.

GİRİŞ

Yoksulluğun çocuklar üzerindeki etkileri yıkıcıdır. Yetersiz beslenme ve yetersiz eğitim gibi yoksunluğun etkileri nesiller boyunca devam edebilir. Bu nedenle çocuklukta yaşanan yoksulluk deneyimleri bir ömür boyu sürebilir (ILO, 2021: 85). Çocuklara yönelik sosyal koruma politikaları yoksulluk, sosyal ve ekonomik kırılganlık kısır döngülerini kıran önemli bir sosyal politika aracıdır. Çocuklara yeterli sosyal koruma sağlamanın önemi, uzun süredir hem ILO'nun hem de UNICEF'in gündeminde yer almaktadır. Sosyal koruma hakkı, yaşamın her aşamasında herkes için geçerlidir. Sosyal koruma hakkı, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nde, ILO Sözleşme ve Tavsiye Kararlarında ve Çocuk Hakları Sözleşmesi'nde açıkça belirtilmiştir (Orton vd., 6 Şubat 2019: 1).

Yoksulluk ve yoksunluğun çocukluktaki olumsuz etkilerinin ömür boyu sürebilecek sonuçları olduğundan, çocuklar için sosyal koruma özel bir önem kazanmaktadır (Orton vd., 6 Şubat 2019: 1). Çocuklar için sosyal korumanın önemine rağmen, çocukların büyük çoğunluğu hala etkin sosyal güvenlik kapsamında değildir. ILO araştırmalarına göre önemli bölgesel farklılıklarla birlikte, dünya genelinde çocukların yalnızca yüzde 26,4'ü, yani dört çocuktan yalnızca biri sosyal koruma kapsamındadır. Öte yandan dünyadaki çocukların yüzde 73,6'sı sosyal koruma kapsamında değildir. 2013 yılında tahmini yüzde 19,5 olan çocukların aşırı yoksulluk oranı, 2017'de yüzde 17,5'e gerileyerek mütevazı bir ilerleme kaydedilmiş olsa da Covid-19 krizi çocuk refahını olumsuz etkilemiştir. Covid-19'un yoksul hanelerde yaşayan çocuk sayısını 142 milyondan fazla artırarak yaklaşık 725 milyona çıkardığı tahmin edilmektedir (ILO, 2021: 85). Bu nedenle sosyal koruma kapsamı bu çocukları da kapsayacak şekilde acilen genişletilmelidir.

Çocuk Yoksulluğu

Çocukluk, beyin gelişiminin zirvede olduğu dikkate değer bir büyüme dönemidir. Bu dönemde çocuklar çevreden ve çevrelerindeki insanlardan oldukça etkilenirler. Çocuğun sosyal, duygusal, bilişsel ve fiziksel ihtiyaçlarının bütüncül gelişimi; geniş bir temel oluşturmak ve yaşam boyu öğrenme ve esenliği sağlamak için gereklidir. Çocuklara yönelik sosyal koruma politikaları bir ülkenin insan kaynakları gelişimini, cinsiyet eşitliğini ve sosyal uyumu teşvik

etmek ve sonraki iyileştirme programlarının maliyetlerini azaltmak için yapabilecek en iyi yatırımlardan biridir (UNESCO, 2021). Dünyada son yıllarda gelişme yolunda kayda değer adımlar atılmasına rağmen, 700 milyondan fazla insan hala aşırı yoksulluk içinde yaşamaktadır. Çocuklar bu durumdan orantısız olarak etkilenmektedir. UNICEF'e göre tahminen 356 milyon çocuk aşırı yoksulluk içinde yaşamaktadır (2021a). Dünyadaki çocukların yaklaşık üçte ikisi sosyal koruma kapsamında değildir (Altangerel, 13 Eylül 2019). Dünya Gıda Programı tahminlerine göre her gün en az 368 milyon çocuk okulda beslenmektedir (ILO, 2017: 14).

ILO'ya göre, her beş çocuktan biri "aşırı yoksulluk" içinde yaşamakta ve dünyadaki çocukların neredeyse yarısı "orta yoksulluk" içinde yaşamaktadır (ILO, 6 Şubat 2019). UNICEF'e göre dünya çapında yaklaşık bir milyar çocuk çok boyutlu yoksulluk ve temel ihtiyaçlardan yoksunluk içinde yaşamaktadır. Ayrıca yaklaşık 150 milyon çocuk Covid-19 nedeniyle çok boyutlu yoksulluğa sürüklenmiştir (UNICEF, 2021a). Neredeyse her yerde, yoksulluk çocukları orantısız bir şekilde etkilemektedir. Çocukların aşırı yoksulluk içinde yaşama olasılığı yetişkinlerin iki katıdır. Yoksulluğun sonuçları, çocuklar ve toplum üzerinde ömür boyu sürecek bir etkiye sahip olabilir (ILO, 6 Şubat 2019).

Dünya çapında, çocuk yoksulluğunun sonuçları ağırlaşmaktadır. En yoksul çocukların, yoksul olmayan yaşıtlarına göre çocuklukta ölme olasılığı iki kat daha fazladır. Ekonomik krizler içinde büyüyenler için yoksunluk ve dışlanma riskleri artmaktadır. Dünyanın en zengin ülkelerinde bile yedi çocuktan biri hala yoksulluk içinde yaşamaktadır. Bugün Avrupa Birliği'nde (AB) her dört çocuktan biri yoksulluğa düşme riskiyle karşı karşıyadır. Nerede olurlarsa olsunlar, yoksulluk içinde büyüyen çocuklar düşük yaşam standartlarından muzdariptir; işgücü için daha az beceri geliştirirler ve yetişkin olduklarında daha düşük ücret alırlar. Bununla birlikte, yalnızca sınırlı sayıda hükümet, çocuk yoksulluğunun ortadan kaldırılmasını ulusal bir öncelik haline getirmiştir (UNICEF, 2021a). UNICEF ve ILO tarafından yapılan açıklamada, çocukların yoksulluktan ve bunun yıkıcı etkilerinden kurtulmaları için sosyal korumanın kritik öneme sahip olduğu ancak çocukların büyük çoğunluğunun etkin bir sosyal koruma kapsamına sahip olmadığı belirtilmiştir (ILO, 6 Şubat 2019).

UNICEF ve ILO, ülkelerin çocuk yoksulluğunu tüm boyutlarıyla ölçmelerine ve ele almalarına yardımcı olmak için ulusal, bölgesel ve küresel düzeyde aktörleri harekete geçirmektedir. Benzer şekilde UNICEF, Dünya Bankası'yla birlikte, politika yapıcılara rehberlik etmeye yardımcı olan aşırı çocuk yoksulluğuna ilişkin küresel istatistikler sağlamakta; bunları uygulamaya koymak için gereken kaynaklarla desteklenen bütünleşik politikalar ve programlar konusunda hükümetler ve ortaklarla birlikte çalışmaktadırlar. Tüm çabalar, çocukların sağlığını, eğitimini ve beslenmesini olumlu yönde etkilediği gösterilen evrensel çocuk yardımları da dahil olmak üzere çocuklara duyarlı sosyal koruma programlarının genişletilmesini desteklemektedir (UNICEF, 2021a).

Çocuklara Yönelik Sosyal Koruma Politikaları

Sosyal koruma, çocukların refahını olumsuz yönde etkileyen durumların önlenmesi, yönetilmesi ve üstesinden gelinmesini içermektedir (UNESCWA, 2021). Bu kapsamda

çocuklara yönelik sosyal koruma politikaları "gelir güvencesine yönelik sosyal koruma politikaları", "engelli ve hasta çocuklara yönelik sosyal koruma politikaları", "okul öncesi döneme yönelik sosyal koruma politikaları", "eğitime yönelik sosyal koruma politikaları" ve "ailelere yönelik sosyal koruma politikaları" olmak üzere beş başlık altında incelenmeye çalışılmıştır.

Gelir Güvencesine Yönelik Sosyal Koruma Politikaları

Çocuklar ve aileler için evrensel veya hedefli, koşullu veya koşulsuz, primli veya primsiz/ vergiyle finanse edilen çocuk veya aile nakit yardımları veya vergi indirimleri sağlanmalıdır (ILO, 2021: 88). Bu kapsamda ILO'nun 202 sayılı Tavsiye Kararı, evrensel korumayı hedefleyen normatif çerçeveyi daha da iyileştirmekte ve genişletmektedir. Çocuklar için gelir güvencesi, "beslenme, eğitim, bakım ve diğer temel mal ve hizmetlere erişim" sağlayan ulusal bir sosyal koruma tabanı oluşturan önemli sosyal güvenlik güvencelerinden biridir. Bu güvencenin ulusal olarak tanımlanması gerekirken, 202 sayılı Tavsiye Kararı uygun düzeyde açık rehberlik sağlamaktadır (Orton vd., 6 Şubat 2019: 13).

Asgari gelir güvencesi düzeyi, onurlu bir yaşama izin vermeli ve bir dizi temel mal ve hizmete etkin erişim sağlamaya yeterli olmalıdır. Asgari gelir güvenliği düzeyi, ulusal yoksulluk sınırları ve diğer karşılaştırılabilir eşikler aracılığıyla belirlenebilir. Güçlü bir şekilde sonuç odaklı bir yaklaşımı temsil eden 202 sayılı Tavsiye Kararı, çocuk ve aile yardımları da dahil olmak üzere çocuklar için gelir güvencesi sağlamaya yönelik çok çeşitli politika araçlarına izin vermektedir (Orton vd., 6 Şubat 2019: 13).

Engelli ve Hasta Çocuklara Yönelik Sosyal Koruma Politikaları

Çocuklara yönelik bu sosyal koruma politikaları, annelere, babalara ve diğer bakıcılara sağlanan yardımları ifade etmektedir. Bu sosyal koruma politikalarına, bağımlı bir çocuk için işten izin alınması da dahil olmak üzere analık ve babalık yardımları gibi ebeveyn yardımları ve çocukların hastalık veya engellilik durumunda diğer çocuk bakımı yardımları örnek olarak gösterilebilir (ILO, 2021: 88). Benzer şekilde Avrupa ve Orta Asya'daki hükümetler, 2030 yılına kadar yoksulluk içinde yaşayan çocukların sayısını azaltmayı taahhüt etmiştir. Hedef, 2030'a başarılı bir şekilde ulaşmak için sürdürülebilir kalkınmaya yönelik kapsayıcı bir yaklaşımı temel alarak, engelli çocuklar da dahil olmak üzere hiç kimsenin geride kalmamasını sağlamaktır (UNICEF, 22 Eki 2019).

Genellikle engellilik ve hastalık, çok boyutlu yoksullukla iç içedir. Bunun engelli ve hasta çocuklar için ömür boyu süren sonuçları vardır. Daha düşük eğitim oranları, daha kötü sağlık ve işgücü piyasasına ve topluma sınırlı katılım, engelli çocukların yaşamları boyunca kronik yoksulluk ve sosyal dışlanma yaşama olasılıklarının daha yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Engelli çocukların ailelerinin yanında kalmaları, potansiyellerini tam olarak kullanabilmeleri ve topluma dahil olabilmeleri için bütüncül bir destek paketi gerekmektedir. Bu nedenle, ebeveynler, gelişimsel gecikmeleri veya engelleri olan çocukları devlet kurumlarına yerleştirmeye teşvik edilmelidir. Kapsayıcı, iyi koordine edilmiş ve erişilebilir sosyal koruma sistemleri, yoksulluğun ve engelli çocukların karşılaştığı sosyal kırılganlıkların ele alınması

için çok önemlidir (UNICEF, 22 Eki 2019).

Okul Öncesi Döneme Yönelik Sosyal Koruma Politikaları

Bu politikalar, sağlık ve çocuk bakımı gibi ilgili hizmetlere etkin erişimi ifade etmektedir (ILO, 2021: 88). Erken çocukluk, bir kişinin fiziksel ve bilişsel gelişiminin önemli bir aşamasıdır. Bu gelişimde en etkili olabilmek için sosyal koruma ve çocukların gelişimini teşvik eden diğer tedbirlerin ilk bin gün içinde alınması gerekmektedir. Sosyal koruma, yoksulluk ve dışlanmanın kısır döngüsünü kırmak ve uzun vadeli refahı teşvik etmek için gereklidir. Bu nedenle diğer sosyal koruma programlarının yanı sıra çocuk ve aile yardımları, hanelerin çocukları okulda tutmasını ve kriz zamanlarında bile yeterli beslenme ve sağlık hizmetlerine erişimini sağlamaktadır (UNICEF, 2021b: 27).

Düşük ve orta gelirli ülkelerde beş yaşın altındaki 250 milyon çocuk için aşırı yoksulluk ve bodurluk onların gelişim potansiyellerini engellemektedir. Bu, çocukları ömür boyu zorluk ve yoksulluk içinde mahsur kalma riskine sokmaktadır. Kapsamlı sosyal koruma programları aracılığıyla ailelere, özellikle de annelere ekonomik destek sağlanmalıdır. Ekonomik destekler, kısa vadede erken çocukluk gelişimini iyileştirebilir ve uzun vadede yoksulluğu azaltabilir. Neticede yoksulluk içinde yaşamak, küçük çocuklar için büyük bir risk oluşturarak gelişimlerini engellemektedir. Ekonomik güçlendirme buna karşı koyabilir ve nesiller arası yoksulluk döngüsünü kırabilir ve çocukların, ailelerinin ve bir bütün olarak ülkelerinin geleceğini iyileştirebilir (Roelen, 2019: 1).

Eğitime Yönelik Sosyal Koruma Politikaları

Çocuklara yönelik bu sosyal koruma politikaları, okul beslenmesi, aşı veya sağlık programları ve ücretsiz okul üniformaları, okul kitapları ve okul sonrası bakım gibi diğer ayni transferleri içermektedir (ILO, 2021: 88). Eğitime yönelik sosyal koruma politikaları, özellikle yoksul çocuklar için önemli bir politika aracıdır. Öyle ki, her çocuğun güvenli ve kaliteli eğitime erişim hakkı olmasına rağmen, dünya genelinde 124 milyon çocuk okula gidemiyor ve 250 milyon çocuk kalitesiz eğitim nedeniyle temel becerileri öğrenemiyor (Plan-International, 2021).

Eğitimden en yüksek dışlanma oranları, 6-11 yaşındaki çocukların beşte birinden fazlasının ve 12-14 yaşındaki çocukların üçte birinin okula gitmediği Sahra altı Afrika'da görülmektedir (UNESCO, 2016a). Ortaokul çağındaki her yüz erkek çocuğa yalnızca seksen beşinin okula gittiği Kuzey Afrika ve Batı Asya'da, kızlar ek zorluklarla karşı karşıyadır (UNICEF, 2021b: 28). Bu nedenle kız çocuklarının, engelli çocukların, azınlık gruplarına mensup kişilerin, yoksul ve uzak bölgelerde yaşayan çocukların eğitime erişimi engellenmektedir. Çocukların eğitime erişiminin olmaması, onların, ailelerinin, topluluklarının ve ülkelerinin geleceği için geniş kapsamlı sonuçlara sahiptir. Erken öğrenimden orta öğretime kadar tüm çocukların kaliteli eğitime ücretsiz ve eşit erişimi teşvik edilmeli ve gerekli sosyal koruma önlemleri alınmalıdır (Plan-International, 2021).

Ailelere Yönelik Sosyal Koruma Politikaları

Genellikle çocuklar, bir aile ortamında yaşarlar ve refahlarını sağlamak için nihayetinde ebeveynlerine güvenirler. Buna göre aile refahı, çocukların iyi olma hallerinin çok önemli bir belirleyicisidir. Bu nedenle, çocuklar için daha iyi gelir güvencesi ve sosyal koruma sağlamak için mevcut politika ve politika araçları çok geniştir. Çocuklara yönelik bu sosyal koruma politikaları doğrudan çocukları hedef almasa da çocukları aileleri aracılığıyla koruyan emekli maaşları, işsizlik yardımları, nakit transferleri gibi sosyal koruma yardımlarını içermektedir (ILO, 2021: 88).

Bu tür sosyal koruma politikalarına etkin erişim, özellikle sağlık, beslenme, çocuk bakımı veya eğitim hizmetleri ve üretken girdilerle ilgili olarak hem doğrudan bağlantılıdır hem de karşılıklı olarak destekleyicidir. Ailelere yönelik sosyal koruma politikaları, özellikle marjinal ailelerden gelen çocuklar için eşitsizliklerin üstesinden gelmek ve sosyal içermeyi teşvik etmek için kritik öneme sahiptir (ILO, 2021: 90). Çocuklara yapılan nakit transferleri, son on yılda düşük ve orta gelirli ülkelerde (örneğin, Arjantin, Brezilya, Şili ve Moğolistan) genişlemiş ve bazı ülkeler çocuklar için evrensel sosyal koruma kapsamına ulaşmıştır. Ancak, yardımın kapsamı ve seviyeleri birçok ülkede yetersiz kalmıştır (ILO, 2017: xxxi).

Covid-19 Döneminde Çocuklara Yönelik Özel Sosyal Koruma Politikaları

Covid-19 salgını, evsiz çocuklar ve gözaltındaki çocuklar da dahil olmak üzere dünya çapındaki en yoksul çocukların sağlık, sosyal ve maddi refahlarına zarar veren küresel bir tehdittir. Okulların kapanması, sosyal mesafe ve karantina gibi uygulamalar, çocuklar arasında yetersiz beslenme ve aile içi şiddete, kaygıya ve strese maruz kalma riskini artırırken, aile ve bakım hizmetlerine erişimi azaltmakladır. Yaygın dijitalleşme, okulların kapanmasının neden olduğu eğitim kaybını azaltmakta ancak en yoksul çocukların internete bağlı bir evde öğrenme olasılığını azaltmaktadır. Acil hükümet önlemleri, çocukların sağlıklı beslenmeye, çocuk istismarı ve ihmaline karşı korunmaya, fiziksel ve zihinsel sağlık hizmetlerine sürekli erişime ve internette güvenli gezinmeye erişimini sağlamalıdır (OECD, 2020: 2).

Covid-19 salgınıyla mücadele politikaları arasında, çocuk yoksulluğuyla mücadelenin anahtarı olduğu için “ebeveyn istihdamı” da yer almalıdır (OECD, 2020: 2). Bu nedenle pandemi döneminde “***mali kemer sıkma politikaları***” kapsamında çocuklar olmamalıdır. Salgının çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerinin uzun vadeli olması beklenmektedir. Araştırmalar, çocuk geliri yoksulluğunun birçok ülkede artacağını ve beş yıla kadar Covid-19 öncesi seviyelerin üzerinde kalacağını göstermektedir. İçinde yaşadığımız dönem, hükümetler için her çocuğun sosyal korunma hakkının hayata geçirilmesini sağlamak için kritik bir dönemdir. Ancak Covid-19 ile mücadele kapsamında çocuklara özel sosyal korumaya yönelik yatırımlar ve mali teşvik tedbirleri destek gerektirmektedir (ILO, 2021: 99).

Çocuklar bu salgının yüzü olmaması gerekirken, salgının en büyük mağdurları arasında yer alma riskiyle karşı karşıyadırlar. Covid-19’un çocukların refahı üzerinde derin bir etkisi vardır. Özellikle her yaştan birçok çocuk Covid-19’un sosyo-ekonomik etkilerinden derinden etkilenmektedir. Bu evrensel bir krizdir ve bazı çocuklar için ömür boyu sürebilir. Üstelik

bu pandeminin zararlı etkileri eşit olarak dağılmayacaktır. Bunların en yoksul ülkelerdeki ve en yoksul mahallelerdeki çocuklara ve ayrıca zaten dezavantajlı veya savunmasız durumdaki çocuklara daha çok zarar vermesi beklenmektedir (UNSDG,15 Nisan 2020: 2). Belirtilen nedenlerden dolayı ülkeler, evrensel çocuk yardımları da dahil olmak üzere çocuklar için "***evrensel sosyal korumaya***" hızla geçmelidir. Covid-19, hem güçlü sosyal koruma sistemlerinin önemini vurgulamakta hem de ülkelerin çocuklara yönelik evrensel sosyal koruma konusunda ilerleme kaydedebilecekleri bir politika önermektedir (ILO, 2021: 99).

Çocuklara yönelik sosyal korumaya yönelik ulusal harcamalar ortalama olarak çok düşüktür. Bu harcamalar Gayri Safi Milli Hasıla'nın (GSMH) sadece yüzde 1,1'ini oluşturmaktadır (UNICEF, 2021c). Oysaki sosyal koruma sistemleri, kapsayıcılık ve çocukların refahı açısından yeterliliği sağlamalıdır. Bu kapsamda özellikle kız çocuklarının, engelli çocukların ve göçmen çocukların ihtiyaçlarına özel önem verilerek ***"kapsayıcı politika ve programlar"*** geliştirilmelidir. Günümüzde gelecekteki krizlere cevap verecek sosyal koruma programlarının hazırlanması ve yeni sosyal koruma sistemlerinin desteklenmesi için önemli çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır (ILO, 2021: 100).

Covid-19 döneminde çocuklara yönelik özel sosyal koruma politikalarından bir diğerinde, politika yapıcılar tarafından çocuklara yönelik ***"bütünleşik sosyal koruma politikalarının"*** uygulanması büyük önem taşımaktadır. Sosyal korunmaya muhtaç çocuklar için "sosyal koruma" büyük önem taşımaktadır. Ancak, çocuklara yönelik sosyal koruma politikalarının bütünleşik bir sistemin parçası olması gerekmektedir. Bütünleşik bir sistem yaklaşımı, çocuklar ve daha geniş toplum için en iyi sonuçları sağlayacaktır (ILO, 2021: 100).

Bütünleşik bir sosyal koruma sisteminin gerekçesi hem parasal yoksulluk hem de diğer kırılganlıklarla ilişkili çok boyutlu çocuk yoksulluğunu azaltmaktır; aileleri daha etkin bir şekilde işlev görmeleri için güçlendirmek, "Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine" ulaşmaya ve yoksulluğu sona erdirmeye katkıda bulunmaktır. Bütünleşik bir sosyal koruma sistemi, bütünsel ve kusursuz hizmetler sağlamalı, parçalanmayı azaltmalı, kaynakların daha verimli uygulanmasına katkıda bulunmalı ve nihayetinde kullanıcılar için daha iyi sonuçlar elde etmelidir. Entegrasyonun şokların önlenmesine ve dolayısıyla yoğun bir şekilde sağlanması gereken hizmetler üzerindeki yükün azaltılmasına katkı sağladığı da düşünülebilir (Sammon vd., 2020: 7).

SONUÇ

Yoksulluk, çocukların fiziksel ve zihinsel gelişimlerini engelleyecek büyük bir risk oluşturmaktadır. Çocuklara yönelik sosyal koruma politikaları, bu riski ortadan kaldırabilir ve çocukların, ailelerinin ve bir bütün olarak toplumun refahını artırabilir. Bununla birlikte, çocukların büyük çoğunluğu hala sosyal korumaya erişememektedir. ILO'ya göre, her dört çocuktan sadece biri sosyal koruma kapsamındayken, diğer üçü değildir. Oysaki yoksulluğun çocuklar üzerindeki etkileri yetişkinlere göre çok daha ağırdır. Üstelik bu etki sadece çocukluk dönemiyle sınırlı kalmayıp, ileriki yaşamlarını da önemli ölçüde etkilemektedir. Bu nedenle aşırı yoksulluğun ortadan kaldırılması için sosyal korumanın kapsamının hızla genişletilmesi

gerekmektedir.

Sosyal koruma, çocukları yoksulluğun yaşam boyu etkilerinden korumaya yardımcı olan çok önemli bir sosyal politika aracıdır. Ailenin geçim ve bakım ihtiyaçlarının desteklenmesinde kritik öneme sahip olan sosyal koruma politikaları, çocukların gelişimlerini sağlar ve tüm çocukların tam potansiyellerine ulaşmalarına yardımcı olur. Çocuk yoksulluğunun ele alınması, bunlarla mücadele edilmesi ve bunlara yatırım yapılması yalnızca çocukların refahını iyileştirmekle kalmaz, aynı zamanda nesiller arası yoksulluk döngüsünü kırarak gelecek nesillerin toplum refahını da geliştirir. Nitekim sosyal koruma, beşerî sermayeyi koruduğu için toplumun refahının artmasına yardımcı olmaktadır. Bu nedenle sosyal korumaya muhtaç çocukların, sosyal koruma hizmetlerine erişimleri sağlanmalı ve bu konuda acil önlemler alınmalıdır.

Öte yandan Covid-19 salgınının dünyayı benzeri görülmemiş bir krize sürüklediği ve dünyadaki birçok ülkenin krizden çıkabilmek için katı tedbirler almak zorunda kaldığı bir gerçektir. Ancak bu evrensel krizin etkileri çocuklar üzerinde bir ömür boyu hissedileceğinden ve çocuklar bir ülkenin geleceği olduğundan, pandemi döneminde uygulanacak bu katı önlemlerden çocukların muaf tutulması gerekmektedir. Bununla birlikte çocuklara yönelik uygulanacak sosyal koruma politikalarının evrensel, kapsayıcı ve bütünleşik olması ayrıca önemlidir. Unutulmamalıdır ki, çocuklar bir ülkenin geleceğidir.

KAYNAKÇA

1. Altangerel, E. (13 Eylül 2019). Five Things You should Know About Social Protection for Children. https://www.unicef.org/stories/five-things-you-should-know-about-social-protection-children (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2021).
2. ILO. (2021). World Social Protection Report 2020–22: Social Protection at the Crossroads – in Pursuit of a Better Future. Geneva: International Labour Office.
3. ILO. (6 Şubat 2019). Only one Third of Children Covered by Social Protection: ILO, UNICEF. https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_668572/lang--en/index.htm (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2021).
4. ILO. (2017). World Social Protection Report 2017–19. Geneva: International Labour Office.
5. Orton, I. vd., (6 Şubat 2019). Towards Universal Social Protection for Children: Achieving SDG 1.3. New York: UNICEF- ILO.
6. OECD. (2020). Combatting Covid-19's Effect on Children. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=132_132643-m91j2scsyh&title=Combatting-COVID-19-s-effect-on-children&_ga=2.121017096.1814533485.1637471108-868227631.1634202930 (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2021).
7. Plan-International. (2021). Education. https://plan-international.org/quality-education?gclid=EAIaIQobChMIhraOh46k9AIVis13Ch3HRAIYEAAYASAAEgKn3vD_BwE (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2021).
8. Roelen, K. (2019). How Social Protection Programmes can Improve Early Childhood Development, IDS Policy Briefing 167. Brighton: IDS.
9. Sammon, E. M., Carraro, L., Attah, R. & Barca, V. (2020). Integrated Social Protection Systems: A Review of Different Approaches in UNICEF Europe and Central Asia Region. https://www.unicef.org/eca/media/15961/file (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2021).
10. UNICEF. (2021a). Child Poverty. https://www.unicef.org/social-policy/child-poverty (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2021).
11. UNICEF. (2021b). Childhood: when Social Protection is Most Crucial. https://www.un.org/development/desa/dspd/wp-content/uploads/sites/22/2018/07/Chapter-IIChildhood-when-social-protection-is.pdf (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2021).

12. UNICEF. (2021c). Social Protection for Children not Adequate According to new World Social Protection Report. https://www.unicef-irc.org/article/2147-social-protection-for-children-not-adequate-according-to-new-world-social-protection-report.html (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2021).
13. UNICEF. (22 Eki 2019). Inclusive Social Protection Systems for Children with Disabilities in Europe and Central Asia. https://www.unicef.org/eca/media/8421/file/inclusive-social-systems-brief.pdf (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2021).
14. UNESCO. (2021). Early Childhood Care and Education. https://en.unesco.org/themes/early-childhood-care-and-education (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2021).
15. UNSDG. (15 Nisan 2020). Policy Brief: The Impact of COVID-19 on Children. https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-04/160420_Covid_Children_Policy_Brief.pdf (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2021).
16. UNESCWA. (2021). Social Protection. https://archive.unescwa.org/social-protection (Erişim Tarihi: 30 Kasım 2021).



28.

KADIN ÇALIŞANLAR AÇISINDAN COVİD-19'UN HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ

THE EFFECTS OF COVID-19 ON THE GARMENT SECTOR IN TERMS OF FEMALE EMPLOYEES

Dr. Sevgi Işık Erol*

ÖZET

Covid-19 krizi, hazır giyim sektöründe tedarik zincirlerinde çalışan milyonlarca işçiyi ve birçok işletmeyi derinden etkilemektedir. Covid-19 krizinden önce bile hazır giyim sektöründe ücretler düşük, istihdam genellikle kayıt dışı, çalışma saatleri 14-16 saat ve dinlenme süreleri yetersizdi. Covid-19 kriziyle birlikte hazır giyim sektöründeki olumsuz çalışma koşulları çok daha derinleşti. Tahminen 65 milyon hazır giyim sektörü çalışanının istihdam edildiği Asya-Pasifik bölgesi, dünya çapındaki tüm hazır giyim sektörünün %75'ini oluşturuyor. Bu nedenle dünyada Covid-19 krizinin sektör üzerindeki etkilerinden en çok bu bölge etkileniyor. Cinsiyet açısından bakıldığında, konfeksiyon sektöründeki işgücünün yaklaşık %80'inin kadın olduğu düşünüldüğünde, Covid-19 krizinden en çok kadın çalışanlar etkileniyor. Bu çalışmada kadın çalışanlar açısından Covid-19'un hazır giyim sektörü üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Teorik çerçevede ele alınan çalışma, Uluslararası Çalışma Örgütü'nden (ILO) elde edilen veriler

9Associate Professor, Batman University, Faculty of Economics and Administrative Sciences

doğrultusunda açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelime: Kadın, Hazır Giyim Sektörü, Uluslararası Çalışma Örgütü.

Abstract

The Covid-19 crisis is deeply affecting millions of workers and many businesses working in supply chains in the garment sector. Even before the Covid-19 crisis, wages in the garment sector were low, employment was often informal, working hours were 14-16 hours and rest periods were insufficient. With the Covid-19 crisis, the negative working conditions in the garment sector have deepened much more. The Asia-Pacific region, which employs an estimated 65 million garmenr sector workers, accounts for 75% of all garment sector worldwide. For this reason, this region is the most affected by the effects of the Covid-19 crisis on the sector in the world. in terms of gender, when it is considered that approximately 80% of the workforce in thegarmenr sector is women, women employees are most affected by the Covid-19 crisis. in this study, the effects of Covid-19 on the garment sector in terms of female employees are with handed. The study, which is handled in the theoretical framework, has been tried to be explained in line with the data obtained from the International Labor Organization (ILO).

Key Words: Women, Garment Sector, International Labour Organization.

Giriş

Covid-19 krizi, küresel hazır giyim sektörünü ve hazır giyim tedarik zincirlerini olumsuz etkilemiştir (CARE, 2021). Covid-19 salgınının yayılmasını yavaşlatmak için getirilen kısıtlamalar, markaların ve perakendecilerin sözleşmelerini feshetmesi, siparişleri iptal etmesi, sevkiyatları geciktirmesi ve tedarik zincirini bozmasıyla hazır giyim sektöründe talepte çökmeye yol açmıştır. Markalar siparişlerini iptal ettikçe, sonuçlar tedarik zincirindeki en savunmasız kişiler, yani işçiler tarafından orantısız bir şekilde hissedilmektedir (Fairtrade, 2021).

Hazır giyim sektöründe dünya genelinde %80'i kadın olmak üzere 65 milyon işçi istihdam edilmektedir. Hazır giyim sektöründe çalışan kadınlar, en savunmasız, marjinalleştirilmiş kötü çalışma koşullarında orantısız bir şekilde temsil edilmektedir (CARE, 2021; ILO, Kasım 2020; ILO, 20 Kasım 2020). Üstelik Covid-19 krizinden önce bile kadın işçilerin çoğu hazır giyim sektöründe zorlu koşullarda çalışıyordu ve çalışma saatleri çok uzun ama ücretleri çok düşüktü (ILO, 2019a: 1). Öyle ki, Covid-19 krizinden önce hazır giyim sektöründe çalışanlar genellikle haftanın 7 günü, günde 14-16 saat çalışıyorlardı. Yoğun sezonda, hazır giyim sektörü çalışanları moda markasının son teslim tarihini karşılamak için gece 2 veya 3'e kadar çalışıyorlardı. Temel ücretleri çok düşüktür. Bazı işyerlerinde fazla mesai ücretleri ödenmediği için fazla mesai yapmayı reddeden işçiler işten atılma riskiyle karşı karşıya kalmıştır (Sustainyourstyle, 2021). Böylece Covid-19 kriziyle birlikte sektördeki kadın çalışanların elverişsiz çalışma koşulları daha da derinleşmiştir.

Covid-19 krizi öncesi yaşanan küresel krizler, erkek ve kadın işçilerin bir krizin etkilerini farklı şekilde yaşadıklarını göstermiştir. Kadın işçiler, işgücüne katılımlarının doğası ve evdeki sorumluluklarının sosyal ve ailevi beklentileri nedeniyle, erkek işçilere kıyasla küresel ekonomik krizlerden orantısız şekilde etkilenmektedir. Bu faktörler, işgücünün çoğunluğunu

oluşturdukları ve belgelenmiş cinsiyet eşitsizliği kalıpları altında çalıştıkları hazır giyim sektörü de dahil olmak üzere birçok sektörde kadın işçileri etkilemektedir. Sonuç olarak, küresel ekonominin geleceğine ilişkin belirsizlik ve işletmelerin, hükümetlerin ve işçilerin karşı karşıya olduğu yeni gerçeklerin, Covid-19 krizinin kadınlar üzerindeki olumsuz etkilerini daha da kötüleştirmesi muhtemeldir (ILO, Kasım 2020: 2).

Covid-19 ve Hazır Giyim Sektörü

Covid-19 krizi nedeniyle işyerlerinin kapanması, dünya genelinde işgücü piyasalarını bozmaya devam ederek, beklenenden daha yüksek iş ve çalışma saatleri kaybına neden olmaktadır. 2020'nin ikinci çeyreğinde (2019'un dördüncü çeyreğine kıyasla), çalışma saatlerinde %17'lik bir kayıp olduğu öngörülmektedir. Tahmini olarak bu da 495 milyon tam zamanlı işin, toplam çalışma saatine eşdeğerdir. Düşük ve orta gelirli ülkeler, bu anlamda Covid-19 krizinden en çok etkilenen ülkeler olarak 2020'nin ikinci çeyreğinde çalışma saatlerinde tahmini %23,3 düşüş yaşamıştır (ILO, 23 Eylül 2020).

Covid-19 kaynaklı bu olumsuz ekonomik kayıplar hazır giyim sektöründe de derinden hissedilmektedir. Örneğin, Etiyopya hükümetinin Covid-19 krizinin yayılmasını yavaşlatmak için aldığı önlemleri takiben (2020'nin ilk çeyreğinden sonra) hazır giyim talebinde küresel bir düşüş yaşanmıştır. Alınan önlemler fabrika üretiminin durdurulmasına (yüksek iş ve çalışma saatleri kaybına) ve çalışanların işten çıkarılmasına yol açmaktadır (ILO, Haziran 2020: 1). Benzer şekilde ILO, Asya hazır giyim ihracatçısı ülkelerden, büyük alıcıların ithalatının Covid-19 nedeniyle 2020'nin ilk yarısında %70'e kadar düştüğünü belirtmiştir. Bölgede fabrikalar genel olarak düşük işgücü kapasitesiyle faaliyet gösterse de işten çıkarmalarda önemli bir artış yaşanmıştır (ILO, 20 Kasım 2020).

Küresel İşçi Hakları Merkezi'nin, Bangladeşli hazır giyim üreticileriyle yaptığı araştırmaya göre, alıcıların 1,44 milyar dolarlık hazır giyim ihracatını iptal etmesi fabrika sahiplerini mali sıkıntıya sokmuştur (Brydges ve Hanlon, 2020: 2). Siparişlerin bir kısmı hazır, bir kısmı da hazırlanmaya devam ederken, çoğu alıcı hammadde veya üretim maliyetlerini ödememiştir (Lee, 26 Nisan 2021). Birçok siparişin iptali, bazı hazır giyim üreticilerinin çalışanlarına düzenli ödeme yapamamasına ve geleceklerini güvenle planlamalarına neden olmuştur (ILO, Haziran 2020: 1). Böylece, fabrikaların %58'i kısmen veya tamamen kapanmak zorunda kalmış; bu da bir milyondan fazla Bangladeşli işçinin işten çıkarılmasına yol açmıştır. Kapılarını açık tutmayı başaran fabrikalar, bunu çok az önlem alarak veya hiç önlem almadan yapmak zorunda kalmıştır. Bu, virüsün zaten risk altında olan topluluklara yayılmasını kolaylaştırmıştır (Lee, 26 Nisan 2021).

Etiyopyalı üreticiler arasında Nisan ayında yapılan bir ankete göre, ortalama kapasite kullanım oranı 2020'nin ilk çeyreğinde 2019'un aynı dönemine göre %30 azalmıştır. Aynı ankete katılan üst düzey yöneticilerin tamamı, yılın ikinci çeyreğinde işten çıkarılmalar beklediklerini belirtmişlerdir (ILO, Haziran 2020: 1). Dolayısıyla hazır giyim sektörünü doğrudan etkileyen temel endişe, Covid-19'un sektör çalışanları için sadece sağlık tehdidi oluşturması değil, aynı zamanda "işsizlik ve yoksulluk" gibi ekonomik bir tehdit

oluşturmasıdır. Salgın tüm dünyayı etkilerken hem fabrikalar hem de işçiler için yeterli güvenlik ağı kurulamamıştır (Lee, 26 Nisan 2021).

Covid-19 krizi nedeniyle hazır giyim sektöründe yaşanan büyük çaplı işten çıkarmalara rağmen moda şirketlerinin %97'den fazlası fabrikalarına izin ve kıdem tazminatı maliyetlerini karşılamak için herhangi bir maddi yardımda bulunmamıştır. Ortalama bir işçi, 2020 baharında iki ila dört haftalık maaşını kaybetmiştir. Ancak fabrikalar yeniden açılmaya başladığında, işçilerin sadece %60'ı geri işe dönebilmiştir. Ayrıca fabrikalar işçilere tam ücret ödememiş ve birçok işçi uzun süreler ücretsiz olarak çalışmak zorunda kalmıştır. Halihazırda güvencesiz bir şekilde istihdam edilen sektör işçileri için gelir kaybı, birçoğunu mali yıkıma sürüklemiştir (Lee, 26 Nisan 2021).

Bangladeş Hazır Giyim Sanayicileri ve İhracatçıları Birliği, hükümetten, birliğin tekrarlanan taleplerine rağmen maaşlarını ödemeyen 46 hazır giyim fabrikasını Mart 2020 tarihinde kapatmasını talep etmiştir. Ayrıca maaşlarını ödemeyen bu fabrikalar, devletin hazır giyim sektörüne yönelik teşvik paketinden faizsiz kredi de alamamıştır. Nitekim teşvik paketinden yararlanabilmek için çalışan ücretlerinin ödenmesi şartının yerine getirilmesi gerekmektedir (Mirdha,19 Mayıs 2020).

Öte yandan işyerinde gün içinde sosyal mesafe önlemlerinin uygulanmadığı, işverenlerin uygun sağlık ve güvenlik önlemlerini almadığı hazır giyim sektöründe, çalışanlar büyük risk altındadır. Yeterli birikimi olmayan işçilerin işten çıkarılması durumunda bu işçiler ailelerinin geçimini sağlamakta oldukça zorlanmaktadır. Çünkü sektör çalışanlarının çoğu sosyal güvenlik kapsamında değildir. Bazı ülkeler işçileri desteklemek için politikalar geliştirmiş olsa da bu politikalar genellikle yetersiz kalmaktadır (CARE, 2021).

Covid-19 ve Hazır Giyim Sektöründe Kadın Çalışanlar

Covid-19 salgını nedeniyle hazır giyim sektöründe önemli iş ve gelir kayıpları yaşanmaktadır. Hazır giyim sektöründe istihdamın yaklaşık %80'ini elinde bulunduran kadınların bu işlerden ve gelir kayıplarından orantısız şekilde etkilenmemeleri mümkün değildir. Dahası, hazır giyim tedarik zincirinde kadınlar tarafından kaybedilen düşük vasıflı işler bir daha asla geri gelmeyebilir. Dolayısıyla Covid-19 krizi hazır giyim sektörünü ve sektörün kadın çalışanlarını derinden etkilemiş ve araştırmalar sektörün etkilerinin önümüzdeki aylarda da hissedilmeye devam edeceğini göstermiştir. Hem arz hem de talepteki büyük değişiklikler, üretimi ve nakit akışını bozarak birçok işletmeyi iflasın eşiğine getirmiştir. Alıcılar ve tedarikçiler Covid-19'un ekonomik etkilerini azaltmak için mücadele ederken ve milyarlarca dolarlık siparişler iptal edilmiştir. İptaller nedeniyle Bangladeş, Kamboçya, Mısır, Etiyopya, Haiti gibi pek çok ülkede milyonlarca işçi işten çıkarılmış veya ücretsiz izne gönderilmiştir (ILO, Kasım 2020: 2).

Nitekim bugün dünyada milyonlarca hazır giyim işçisi tedarik zincirlerinde, pamuk tarlalarında, fabrikalarda ve mağazalarda istihdam edilmektedir. Bu istihdam edilen işçilerin çok önemli bir kısmı kadındır (Iglesias vd., 2021). Dünyanın en büyük sektörlerinden biri olan ve Covid-19 öncesi küresel yıllık 2,5 trilyon dolar geliri olan hazır giyim sektöründe istihdam

edilen kadınlar, sektörün bel kemiğini oluşturuyor (Amed vd., 1 Aralık 2020; Iglesias vd., 2021). Sektör, düşük ücretler, zorunlu fazla mesai ve güvencesiz çalışma koşullarıyla öne çıkıyor. Bu yapısal ihlaller, toplumsal cinsiyete dayalı şiddetin yaygınlığı ile daha da şiddetlenmektedir. Bu nedenle, yapısal sorunlara ek olarak, sektördeki kadınlar genellikle doğum izninden, çocuk bakımından ve işe güvenli seyahatlerden de mahrumlardır (Clean Clothes Campaign, 2021).

Esasen Bangladeş, Kamboçya, Kenya, Lesoto ve Vietnam'daki hazır giyim işçileri için "daha iyi iş projesi" ile ILO, ücretli istihdamın yüksek olduğu toplumlarda kadınları güçlendirme çalışmalarında bulunmaktadır. Bu proje kapsamında kadın istihdamının, kadınların ev harcamaları ve karar alma süreçlerinde söz sahibi olmalarına ve erkeklerin ücretsiz bakım işlerine katılmasına yardımcı olması beklenmektedir. Bu gelişmelere rağmen, Covid-19 nedeniyle potansiyel ve belki de sürdürülebilir istihdam kaybı göz önüne alındığında, işçiler finansal bağımsızlıklarını kaybettikçe ve bazı durumlarda ailelerine bağımlı hale geldikçe, kadınların sürekli olarak güçlendirilmesine yönelik fırsatlar azalabilir (ILO, 20 Kasım 2020).

Sonuç olarak, kadınların hazır giyim sektöründeki işgücünün çok önemli bir bölümünü oluşturduğu düşünüldüğünde, bu sektörde kadınlar Covid-19 krizinin etkilerinden erkeklere göre orantısız olarak daha fazla etkilenmektedirler. Bu etkiler kendilerini, cinsiyete dayalı mesleki ayrımcılık, ücret eşitsizliği, ücretsiz bakım ve aile sorumlulukları eşitsizliği, kayıt dışı istihdam, terfi, uzun çalışma saatleri gibi pek çok olumsuz çalışma koşullarında göstermektedir.

Cinsiyete Duyarlı Özel Önlemler

Çalışma barışının sağlanması için hem erkek hem de kadın çalışanların ihtiyaçlarını karşılayacak cinsiyete duyarlı özel önlemler alınmalı ve uygulanmalıdır. Aksi takdirde, Covid-19 krizi yalnızca önceden var olan eşitsizlikleri derinleştirmekle kalmaz, aynı zamanda toplumsal cinsiyet eşitliğinde önceki kazanımların da kaybedilmesine neden olur. Bu durum kısa, orta ve uzun vadede hem kadınların işgücü piyasasında güçlenmesini hem de hazır giyim sektörünün sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliğini engelleyebilmektedir. Ülkeler, krizin erkek ve kadın giyim çalışanlarına yönelik risklerini belirlemeli ve sektör genelinde yaygın olan mevcut cinsiyet eşitsizliğinin nasıl ele alınacağını planlamalıdır. Bunlara ek olarak toplumsal cinsiyete duyarlı bir şekilde aşağıdaki önlemler alınabilir.

Covid-19'un Geçim Kaynakları Üzerindeki Olumsuz Etkileri Azaltılmalı

Konfeksiyon sektöründe Covid-19'un kadın ve erkeklerin geçim kaynakları üzerindeki etkisini en aza indirmek için işten çıkarmalar ve iş yerlerinin kapanması engellenmelidir. Hem kadınlar hem de erkekler için finansal erişilebilirlik teşvik edilmelidir. Sosyal koruma ve sosyal güvenlik ağları genişletilmelidir. Özellikle fabrikalar faaliyete devam ederken kadınların işgücüne katılımını artırmak için kadınların orantısız ücretsiz bakım yükümlülükleri ele alınmalıdır. Kadınların ücretli iş aramalarının önündeki en önemli engellerden biri olan aile sorumlulukları için gerekli destek önlemleri sağlanmalıdır (ILO, Kasım 2020: 6). Bu bağlamda, aile dostu çalışma düzenlemelerini güçlendirmek için çocuklar, yaşlılar ve diğer bağımlı hastalar veya engelliler için uygun fiyatlı bakım hizmetlerine erişimin iyileştirilmesi gerekmektedir (ILO, 2020: 4).

Covid-19'un Sağlık Üzerindeki Olumsuz Etkileri Azaltılmalı

Birçok hazır giyim fabrikası Covid-19 enfeksiyon risklerini en aza indirmek için adımlar atsa da bazı durumlarda iş sağlığı ve güvenliği önlemleri konusunda gerekli hassasiyeti gösterememiştir (ILO, Ekim 2020: 1). Ancak kadın ve erkek çalışanların işyeri içinde ve dışında sağlık ve güvenliğinin sağlanması, öncelikle insan sağlığı, ardından geçim kaynaklarının ve verimliliğin sürdürülmesi için önemlidir (ILO, Kasım 2020: 6).

İşçi-işveren, sendika ve hükümetler Covid-19 salgınıyla mücadele ederken birlikte hareket etmeli ve işyerlerinde iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerini almalıdır (Papandrea, 2020: 6). Örneğin, işyerindeki eylem veya ihmallerden etkilenebilecek çalışanların güvenliği için makul özen gösterilmeli, çalışanlar kendilerinin ve başkalarının güvenliği ve sağlığı için verilen talimatlara uymalı, güvenlik cihazları ve koruyucu donanımlar doğru kullanılmalı ve çalışamaz duruma getirilmemeli, tehlike oluşturduğuna inanılan ve kendilerinin düzeltemeyecekleri herhangi bir durum derhal üstlerine bildirilmeli, iş sırasında veya iş ile bağlantılı olarak meydana gelen kaza veya sağlık yaralanmaları rapor edilmelidir (Papandrea, 2020: 11).

İşyerinde Ayrımcılık, Şiddet ve Taciz Önlenmeli

Covid-19, hazır giyim sektöründe ayrımcılık, şiddet ve taciz vakalarında artışa neden olmuştur. İşyeri sistemlerinin ve üretimdeki (saatler ve ulaşım gibi) değişikliklerin kadınlar ve erkekler için nasıl farklı güvenlik riskleri oluşturabileceğine özellikle dikkat edilmelidir (ILO, Kasım 2020: 6). Ayrıca çalışanların Covid-19 sırasında evde ve fabrikada özellikle ekonomik güvensizlik yaşarken karşılaştıkları stres, yakın partner şiddeti vakalarının artmasına neden olnuştur (Fair Wear, 2021).

"Covid-19 Pandemisi Sırasında Cinsiyete Dayalı Şiddet: Mini Bir İnceleme", adlı çalışmada; Covid-19 salgını sırasında toplumsal cinsiyete dayalı şiddette endişe verici bir artış olduğu; küresel yaygınlığına rağmen, toplumsal cinsiyete dayalı şiddetin pandemilerin en çok ihmal edilen sonuçlarından biri olduğu; mevcut düzenlemelerin yetersiz olduğu ve bir takım sivil toplum kuruluşlarının bu mağduriyeti gidermek için gerekli hizmetleri sunmaya çalıştıkları belirtilmiştir. Covid-19 yalnızca toplumsal cinsiyete dayalı şiddet vakalarında artışa yol açmamış, aynı zamanda destek ağlarıyla bağları da koparmıştır. Sorunun yaygınlığını azaltmak için toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılığım ve şiddetin boyutunu kabul etmek hükümet politikalarını yeniden tasarlamak gerekmektedir. Mağdurların hizmetlere erişimini kolaylaştırmak için ağları desteklemek ve son olarak sorunla başa çıkmak için mevcut kaynaklar konusunda farkındalığı artırmak çok önemlidir (Mittal ve Singh, 8 Eylül 2020).

Karar Alma Süreçlerinde Kadınlar Temsil Edilmeli

Kadınlar, erkeklere göre daha az sektörde ve işte temsil edilmektedir. Çalışma hayatında kadınlara yönelik ayrımcılık ve görünmezlik konusundaki endişeler, güncel bir uluslararası söylem olmaya devam etmektedir. Bu endişeler büyük olasılıkla kısıtlayıcı yasalar, kültürel çeşitlilik ve uygulamalar, kurumsal engeller ve kaliteli eğitim, sağlık ve kaynaklara orantısız erişimden kaynaklanmaktadır. Bu ayrımcı uygulamaları tersine çevirmek imkânsız değildir. Kadınların dünya genelinde karar alma süreçlerinde görünürlüğünü artırma süreci, şimdiye

kadar kaydedilen ilerlemenin, karşılaşılan zorlukların ve ileriye dönük yolun anlaşılmasını gerektirmektedir (Ilesanmi, 2018: 1).

Esasen kadınların evde ücretsiz bakım ve aile-iş yükü dengesini sağlama gibi sorumlulukları nedeniyle Covid-19 ile mücadelede en ön sırada yer aldığı düşünüldüğünde, kadınların karar alma süreçlerine dahil edilmesi bir zorunluluk haline gelmiştir. Kadınları politika ve karar alma süreçlerine anlamlı bir şekilde dahil etme çabaları, Covid-19'un etkilerinin kadınların katılımını nasıl sınırlayabileceğine karşı duyarlı olmalıdır (ILO, Kasım 2020: 6). Sendikalarda işçi temsili ve kadın liderliği için fırsatlar oluşturarak ve teşvik ederek kadınların seslerinin gelecekteki müzakerelere dahil edilmesini sağlamalıdır (Fair Wear, 2021).

SONUÇ

Halk sağlığına yönelik tehdidin yanı sıra işgücü piyasaları da Covid-19 krizinden derinden etkilenmeye devam etmektedir. Kaybedilen iş ve çalışma saatleri, milyonlarca işçinin ve ailelerinin gelirini, geçimini ve refahını tehdit etmektedir. Bu olumsuz ekonomik ve halk sağlığı şokları birçok sektörü etkilediği gibi aynı zamanda hazır giyim sektörünü de derinden etkilemektedir. Bu etkinin en önemli nedenlerinden biri, Covid-19 krizi nedeniyle küresel tüketici talebindeki ani düşüştür. Ani düşüş ise büyük ölçüde satın alma gücündeki kayıplardan, giyim mağazalarının kapanmasından, seyahat kısıtlamalarından, gelecekteki belirsizlikten ve karantina önlemlerinden kaynaklanmaktadır. Dünyadaki vaka sayısına bağlı olarak karantina önlemleri zaman zaman hafifletilse de Covid-19 salgını henüz bitmediği için karantina önlemleri alınmaya devam etmektedir. Bu durum, sektör işgücünün çok önemli bir bölümünü elinde bulunduran kadın işçileri derinden etkilemektedir. Esasen Covid-19 salgını öncesinde bile hazır giyim sektöründe güvencesiz çalışma koşulları, uzun çalışma saatleri, zorunlu fazla mesai, düşük ücretler gibi birçok olumsuzluklar vardı. Kadınların genellikle örgütlenme özgürlüğü (sendikalaşma) yoktu ve kısa süreli sözleşmelerle ya da kayıt dışı çalıştırıldıkları için sosyal güvenlik kapsamında değildiler.

Covid-19 döneminde sektördeki ortalama cinsiyetler arası ücret farkı dikkate değer bir boyuta ulaşmıştır. Hazır giyim sektörü çalışanlarının çoğunluğunu kadınlar temsil etse de sektörde cinsiyete dayalı ücret ayrımcılığı yaygındır. Genel olarak, erkekler sektörde kadınlardan daha fazla terfi ettirilmektedir. Buna rağmen, sektördeki kadınların istihdam durumu sabit kalmaktadır. Bu, cinsiyetler arası bir ücret farkıyla sonuçlanmaktadır. Benzer şekilde, erkekler ve kadınlar aynı niteliklere sahip olmalarına ve aynı işi yapmalarına rağmen, sektördeki kadınlara bazen erkeklerden daha az ücret ödenmektedir. Ancak Covid-19 krizi kadınları yalnızca daha derin iş ve ücret kayıplarına maruz bırakmakla kalmıyor, aynı zamanda ücretsiz işlerde sorumluluklarını da artırıyor. Krizin getirdiği ücretsiz bakım yükünün artması özellikle kadınları etkilediğinden, evde kadın ve erkek arasındaki dengesiz iş bölümü toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin en çarpıcı özelliklerinden biridir. Bu tür olumsuz gelişmeler, birçok ülkenin son yıllarda toplumsal cinsiyet eşitliğinde kaydettiği ilerlemeyi durdurma ve hatta tersine çevirme riskini artırmaktadır.

Sonuç olarak, Covid-19 salgını sırasında özellikle kadınlar için iş ve gelir kayıpları ağır olmuştur. Şu anda çalışan birçok kadın, Covid-19'a maruz kalma riski altında olmalarına rağmen temel hizmetleri sağlamada ön saflarda yer almaktadır. Bu nedenle hükümet, işçi-işveren ve sendikalar, Covid-19 krizi sırasında hazır giyim işçilerinin sağlığını, istihdamını ve gelirini korumak, işyerlerinin hayatta kalmasını desteklemek ve sürdürülebilir sosyal koruma sistemleri ve daha iyi iş oluşturmak için birlikte hareket etmelidir. Bu anlamda daha iyi iş, kadın ve erkeğin insana yakışır iş için eşit fırsatlara sahip olduğu, tüm sosyal, ekonomik ve yasal haklara erişebildiği, yeteneklerini gerçekleştirerek geleceklerini şekillendirdiği ve cinsiyete dayalı şiddet ve tacizden uzak bir çalışma ortamı sağlar. Bu tür bir çalışma ortamı da çalışanlar arasında çalışma barışını, çalışma adaletini ve çalışma refahını artırır.

KAYNAKÇA

1. Amed, I., Balchandani, A., Berg, A., Hedrich, S., Jensen, J. E., Rölkens, F. (1 Aralık 2020). It's Time to Rewire the Fashion System: State of Fashion Coronavirus Update. https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
2. Brydges, T. & M. Hanlon (2020). Garment Worker Rights and the Fashion Industry's Response to Covid-19. Dialogues in Human Geography. Dialogues in Human Geography, 10(2), 195-198.
3. CARE. (2021). What is the Impact of Covid-19 on the Global Garment Industry?. https://www.careinternational.org.uk/what-impact-covid-19-global-garment-industry (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
4. Clean Clothes Campaign. (2021). Gender Discrimination. https://cleanclothes.org/gender-discrimination (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
5. Fairtrade. (2021). Covid-19 Crisis: Impacts on Textile, Garment, Leather and Footwear Sector. https://fairtrade-advocacy.org/wp-content/uploads/2020/04/Coronavirus-communication.pdf (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
6. Fair Wear. (2021). How does Covid-19 Affect Women Garment Workers?. https://www.fairwear.org/covid-19-dossier/worker-engagement-and-monitoring/gender-analysis/ (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
7. HRW. (12 Mart 2015). Work Faster or Get Out. http://internap.hrw.org/features/HRW_2015_reports/Cambodia_Garment_Workers/ (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
8. ILO, (2020). Women at Work in G20 Countries: Progress and Policy Action since 2019. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabinet/documents/publication/wcms_756334.pdf (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
9. ILO. (20 Kasım 2020). Women Hit Hard by Covid-19 Impact on Garment Sector. https://www.ilo.org/dhaka/Informationresources/Publicinformation/Pressreleases/WCMS_761871/lang--en/index.htm (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
10. ILO. (Kasım 2020). Gendered Impacts of Covid-19 on the Garment Sector. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---sro-bangkok/documents/publication/wcms_760374.pdf (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
11. ILO. (Ekim 2020). The Supply Chain Ripple Effect: How Covid-19 is Affecting Garment Workers and Factories in Asia and the Pacific. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/documents/briefingnote/wcms_758626.pdf (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
12. ILO. (23 Eylül 2020). ILO Monitor: Covid-19 and the World of Work. Sixth Edition. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_755910.pdf (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
13. ILO. (Haziran 2020). Covid-19 and the Garment and Textile Sector in Ethiopia: Workers' Perspectıves on Covıd-19 Response.https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---africa/---ro-abidjan/---sro-addis_ababa/documents/publication/wcms_751045.pdf (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
14. ILO. (2019a). The Future of Work in Textiles, Clothing, Leather and Footwear. https://www.ilo.org/wcmsp5/

groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_669355.pdf (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).

15. Ilesanmi, O. O. (2018). Women's Visibility in Decision Making Processes in Africa—Progress, Challenges, and Way Forward. Frontiers in Sociol, 3(38), 1-7.
16. Iglesias, T., Haverhals, E., De Wée, T. (2021). The Fashion Industry Needs to Break with its Gender and Women's Rights Problems. https://www.fashionrevolution.org/the-fashion-industry-needs-to-break-with-its-gender-and-womens-rights-problems/ (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
17. Lee, E. (26 Nisan 2021). Covid-19 in the Fashion Industry and Garment Workers' Rights. https://borgenproject.org/ (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
18. Mirdha, R. U. (19 Mayıs 2020). Failure to Pay Wages: BGMEA Asks Govt to Close 46 Factories. https://www.thedailystar.net/backpage/news/failure-pay-wages-bgmea-asks-govt-close-46-factories-1903900 (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
19. Mittal, S. and Singh, T. (8 Eylül 2020). Gender-Based Violence During Covid-19 Pandemic: A Mini-Review. https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fgwh.2020.00004/full (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).
20. Papandrea, D. (2020). in the Face of a Pandemic: Ensuring Safety and Health at Work. Geneva: International Labour Office.
21. Sustainyourstyle. (2021). Inhumane Working Conditions. https://www.sustainyourstyle.org/old-working-conditions (Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2021).



29.

MİKRO VE KÜÇÜK İŞLETMELERDE ÇALIŞANLARIN SOSYAL GÜVENLİK SORUNU

SOCİAL SECURITY PROBLEM OF EMPLOYEES IN MICRO AND SMALL BUSINESSES

Dr. Sevgi Işik Erol*

ÖZET

Dünya genelinde toplam istihdamın önemli bir kısmı Mikro ve Küçük İşletmeler (MKİ) de istihdam edilmektedir. Uluslararası Çalışma Örgütü'nun (ILO) verilerine göre MKİ'ler ve kendi hesabına çalışanlar toplam istihdamın yüzde 70'ini oluşturmakta ve bu oran bazı ülkelerde toplam istihdamın yüzde 90'ına ulaşmaktadır. Örneğin Endonezya'da toplam işgücünün yüzde 97'si ve tüm işletmelerin yüzde 99'u MKİ'de temsil edilmektedir. Buna rağmen, mevzuat eksiklikleri, idari ve mali engeller, denetim ve uyum eksikliği nedeniyle MKİ'lerde çalışanların sosyal güvenlik kapsamına alınma olasılıkları büyük işletmelerdekilere göre nispeten daha düşüktür. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde önemli bir rol oynayan MKİ'nin sosyal güvenlik kapsamını genişletmesi, çalışanlarına sadece sosyal güvenlik sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda ülke ekonomisinin büyümesine de önemli katkılar sağlıyor. Teorik bir çerçevede ele alınan bu çalışmada, ILO'dan elde edilen veriler doğrultusunda sosyal güvenliğin kapsamının

***Associate Professor, Batman University, Faculty of Economics and Administrative Sciences**

MKİ'lerdeki çalışanları da kapsayacak şekilde genişletilmesine yönelik stratejiler ele alınmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mikro ve Küçük İşletmeler, Sosyal Güvenlik, ILO.

Abstract

A significant portion of total employment worldwide is employed in Micro and Small Enterprises (MSE). According to the data of the International Labor Organization (ILO), MKIs and self-employed workers constitute 70 percent of total employment, and this ratio reaches up to 90 percent of total employment in some countries. For example, in Indonesia, 97 percent of the total workforce and 99 percent of all businesses are represented in the MSE. Nevertheless, the probability of employees in MKIs to be covered by social security is relatively lower than those in large enterprises, due to legislative deficiencies, administrative and financial barriers, lack of supervision and compliance. Expanding the scope of social security by MKI, which plays an important role especially in developing countries, not only provides social security to its employees, but also makes significant contributions to the growth of the country's economy. in this study, which is handled in a theoretical framework, strategies for expanding the scope of social security to include employees in MKIs have been tried to was deal with in line with the data obtained from ILO.

Key Words: Micro and Small Enterprises, Social Security, ILO.

GİRİŞ

MKİ'ler, işletmenin kurulduğu topluma büyüme ve yenilik getirerek yerel ekonomilere katkıda bulunmaktadır. MKİ'ler, daha büyük şirketler tarafından istihdam edilemeyen kişilere istihdam fırsatları sağlayarak ekonomik büyümeyi teşvik etmeye yardımcı olmaktadır. MKİ'ler, yeni ürünler icat eden veya mevcut fikirler için yeni çözümler uygulayan yetenekleri cezbetme eğilimindedir. Birçok büyük şirket, dış kaynak kullanımı yoluyla çeşitli işletme işlevlerini yerine getirmek için MKİ'lere bağımlı olduğundan, daha büyük işletmeler genellikle aynı yerel topluluktaki MKİ'lerden de yararlanmaktadırlar (Brown, 2018).

Mikro ve küçük bir işletmeyi yönetmek, büyük, köklü bir şirket için çalışmaktan daha fazla risk almayı gerektirse de MKİ'lerin yerel ekonomi üzerindeki etkisinin büyüklüğü göz ardı edilemez. MKİ girişimciler için fırsatlar, iş arayanlar için istihdam olanakları sağlamaktadır. Yerel ekonomilerin ayrılmaz parçaları oldukları için MKİ'ler geniş tabanlı refahı teşvik eden finansal karşılıklı bağımlılık ağları oluşturmaya yardımcı olan işletmelerdir. Örneğin özel bir yerel mağazada alışveriş sonucunda harcanan para, o mağazadaki bir işçinin ücretini oluşturabilir. Bu işçinin bu mahalledeki harcaması diğer MKİ'lerin gelirini etkileyebilir. Bu nedenle bu tür işletmeler birbirlerini destekleme potansiyellerinden ne kadar çok yararlanırlarsa, gelişen bir yerel iş topluluğu oluşturma kapasiteleri de o kadar artmaktadır. Bu karşılıklı destek ekonomik durgunluk zamanlarda oldukça yararlıdır. Yerel bir işletme sorun yaşıyorsa, topluluk üyeleri, zor durumdaki işletmelerin başarılı olmalarına yardımcı olmak için kitle fonlaması kampanyaları düzenleyebilir. Büyük bir şirketin bu tür bir enerji ve destek ürettiğini hayal etmek ise oldukça zordur (Gartenstein, 28 Ocak 2019).

Ekonomideki önemli yerine rağmen düşük istihdam kapasitesine sahip MKİ'in tek bir tanımı yoktur. Genellikle 2 ila 9 çalışanı olan işletmeler mikro işletmeler, 10 ila 49 çalışanı olan işletmeler ise küçük işletmeler olarak bilinmektedir. ILO'nun verilerine göre, dünya çapındaki çalışanların çoğunluğu MKİ'lerde istihdam edilmektedir (ILO, 2019a: 1). Buna göre 10 çalışandan 7'si kendi hesabına veya küçük işletmelerde istihdam edilmektedir. Birçok MKİ kayıt dışı olarak faaliyetlerine devam etmektedir. Ancak MKİ'lerin resmi olarak kayıtlı olduğu yerlerde bile çalışanlarına yeterli seviyede çalışma ve sosyal koruma garantisi verilmemektedir (ILO, 2021a). Bunun nedeni MKİ, düşük verimlilikleri ve sınırlı idari ve mali kapasiteleri nedeniyle genellikle asgari ücret düzenlemelerine ve sosyal güvenlik mevzuatına uyum sağlamakta güçlük çekmektedir (ILO, 2019b: 1). Öte yandan sosyal güvenlik, işsizlik, kaza, engellilik, hastalık, analık, yaşlılık ve ölüm gibi sosyal risklerin yol açabileceği gelir azalması, gelir kesilmesi ve gider artışlarına karşı bireylerin güvenliğini sağlamaya çalışan önemli bir sosyal politika aracıdır (ILO, 2014a:1).

Sosyal güvenlik eksikliği, MKİ'lerde çalışanlar ve aileleri için savunmasızlık, yoksulluk, yoksunluk ve sosyal dışlanmanın başlıca nedeni olabilir. Sosyal güvencenin olmaması sadece çalışanları ve ailelerini etkilemez; MKİ'lerin daha yüksek verimlilik, üretkenlik ve ekonomik büyüme düzeylerine geçişini engelleyebilecek bir iş riski de oluşturmaktadır. Bu nedenle MKİ'lerde çalışanların sosyal güvenlik kapsamının genişletilmesi onlara sağlık ve eğitim hizmetlerine erişim, beşerî sermayelerini artırma, kendilerini ve ailelerini yoksulluktan kurtarma konusunda önemli fırsatlar sağlamakla kalmaz aynı zamanda işletmelerin sürdürülebilirliğine ve ülkelerinin ekonomik ve sosyal kalkınmasına da olumlu katkı sağlamaktadır. Ekonomide istihdamın arttırılmasında MKİ'lerin önemi düşünüldüğünde, sosyal güvenlik sisteminin bu işletmelerde çalışanları da kapsayacak şekilde yaygınlaştırılması büyük önem arz etmektedir (ILO, 2019b: 1-2).

Sosyal Güvenlik Kavramı

Kavramsal olarak sosyal güvenlik, dar ve geniş anlamda ele alınabilir. Sosyal güvenlik, dar anlamda, tanımlanmış sosyal risklerin zararlarından bireyleri korumak ve ortaya çıkabilecek zararları telafi etmek için gerekli tedbirlerin alınmasını ifade etmektedir. Geniş anlamda sosyal güvenlik, dar anlamdaki sosyal güvenliğin hem anlamını hem de kapsamını genişletmekte ve bireyler, nedeni ne olursa olsun, muhtaçlığa ve yoksulluğa neden olan her türlü duruma karşı güvence altına alınmaktadır. Bu bağlamda dar anlamda sosyal güvenlik, hastalık ve iş kazası, işsizlik, maluliyet, yaşlılık ve ölüm gibi tanımlanmış sosyal risklere karşı güvence sağlamaktadır. Diğer bir deyişle, dar anlamda sosyal güvenlik, sosyal sigortalar tarafından sağlanmaktadır. Geniş anlamda sosyal güvenlik, sosyal sigortaların sağladığı koruma teminatının yanı sıra, devletin nakdi ve ayni gelir transferlerinin sağladığı teminatı da içermektedir (Arıcı ve Alper, 2014: 4).

Tanımlarından da görülebileceği gibi sosyal güvenlik sistemleri yoksulluğu azaltmak ve eşitsizliği kontrol etmek, eşitliği teşvik etmek ve adil ekonomik büyümeyi sürdürmek için etkili bir mekanizmadır (ILO, 2011: 22). Diğer politikalarla birlikte sosyal güvenlik, üretkenliğin, istihdam edilebilirliğin ve ekonomik kalkınmanın artmasına katkıda bulunmaktadır. İşverenler

ve işletmeler için sosyal güvenlik, değişime uyum sağlayabilen istikrarlı bir işgücünün korunmasına yardımcı olmaktadır. Sosyal güvenlik, sosyal uyumu güçlendirerek ve herkes için insana yakışır yaşam koşulları sağlayarak sosyal barışın, kapsayıcı toplumların ve adil bir küreselleşmenin inşasına katkıda bulunmaktadır (ILO, 2019c: 79).

Öte yandan MKİ'ler dünya çapındaki işletmelerin büyük çoğunluğunu oluşturmasına rağmen bu işletmeler genellikle kısmen veya tamamen kayıtlı sektörün dışında faaliyet göstermekte ve bunun sonucu olarak sosyal güvencesiz olarak karakterize edilmektedirler. Bu sosyo-ekonomik faktörler, düşük düzeyde farkındalık ve uyum ile birleştiğinde, bu işletmelerdeki çalışanları özellikle sosyo-ekonomik risklere maruz bırakmaktadır (ILO, 2020: vi).

Mikro ve Küçük İşletmelerde Sosyal Güvenliğin Kapsamının Genişletilmesindeki Sorunlar

Olası çözümlere geçmeden önce, MKİ çalışanları için sosyal güvenlik kapsamının genişletilmesinin önündeki potansiyel sorunların ele alınması uygun olacaktır (ILO, Haziran 2021: 2). Birçok ülkede MKİ'lerdeki çalışanlar yüksek bir kayıt dışılık riskiyle karşı karşıyadır. Kayıt dışı ekonomi, küresel işgücünün yarısından fazlasını ve dünya çapındaki MKİ'lerin yüzde 90'ından fazlasını oluşturmaktadır (Srinivas, Temmuz 2020). Bu durumda kayıt dışı ekonomik birimlerde çalışan MKİ çalışanlarının çok önemli bir bölümü sosyal güvenlik kapsamı dışındadır. Sosyal güvenliğin kapsam eksikliği, yasal çerçeveden dışlanmadan (örneğin bazı sosyal güvenlik yasalarının belirli sayıda çalışanı olan işletmeler için geçerli olmaması gibi) idari ve mali gereksinimlerine kadar değişebilmektedir. Ayrıca birçok MKİ, düşük verimlilik, denetim ve uyum eksikliği, sendikalaşma eksikliği gibi olumsuzluklardan dolayı sosyal güvenliğin kapsamını tüm çalışanları kapsayacak şekilde genişletememektedir (ILO, Kasım 2019: 37).

Yasal Eksiklikler

Bazı ülkelerde, sosyal güvenlik mevzuatı, belirli bir asgari büyüklüğün altındaki işletmelerin sosyal güvenlik kapsamına ilişkin yükümlülüklerden muaf tutulabileceğini belirtmektedir. Bu, MKİ çalışanlarını yasal sosyal güvenlik korumasından mahrum etmektedir. Bazı ülkeler, büyük işletmelerdeki işçilerden başlayarak sosyal sigorta kapsamını kademeli olarak genişletmekte ve henüz küçük işletmeleri dahil etmemektedir. Sosyal sigorta kapsamının MKİ'leri kapsayacak şekilde genişletilmemesinin nedeni; MKİ'lerin sosyal güvenlik kurumları tarafından talep edilen ileri yasal prosedürleri yerine getiremeyeceği endişesinden kaynaklanmaktadır. İlerici bir yaklaşım, böyle bir kapasitenin oluşturulmasına yardımcı olabilir. Örneğin, Vietnam sosyal güvenlik kapsamını 2005 yılında 10'dan az çalışanı olan işletmelerdeki çalışanları da kapsayacak şekilde genişletmiştir. Bu tür olumlu gelişmelere rağmen, MKİ'lerde çalışan birçok işçi, kendilerini genellikle yasal eksikliklerin olduğu işgücü piyasalarında ve sosyal güvenliğin olmadığı istihdam ilişkilerinde bulmaktadır (ILO, 2019b: 2).

İdari ve Mali Engeller

İşçiler yasal olarak sigortalı olsa bile bazı ülkelerde sosyal güvenlik yasasına uyum, MKİ'ler arasında büyük işletmelere göre daha zayıftır. Bunun nedeni, birçok MKİ, daha

sınırlı idari kapasiteleri nedeniyle idari gerekliliklere uymakta zorluk çekmesidir. Örneğin, birçok MKİ'nin sosyal güvenlik konularıyla ilgilenen uzman personeli yoktur. Ayrıca, düşük eğitimli işletme sahipleri, özellikle idari prosedürler aşırı karmaşık ve külfetliyse, idari gerekliliklere uyma becerilerinden yoksun olabilir (ILO, Haziran 2021: 3).

Gerçekten de karmaşık ve külfetli idari prosedürler ve hizmetler, kurumsal resmileştirmeyi engelleyebilir ve işverenleri çalışanlarını sosyal güvenlik sistemine kaydettirmekten vazgeçirebilir. Bu, sosyal güvenlik kurumlarına erişimde coğrafi engellerle karşılaşan kırsal ve uzak bölgelerdeki MKİ'ler için özellikle önemlidir. İdari prosedürler için harcadıkları zamanın, kayıp gelir açısından doğrudan bir fırsat maliyeti vardır. Bu durum birçok MKİ, çalışanlarını beyan etmemekte ve bu nedenle onları sosyal güvenlikten dışlamaktadır (ILO, Haziran 2021: 3). Öte yandan, birçok MKİ'lerin özelliği düşük üretkenliktir ve çoğu durumda hem işletme gelirleri hem de ücretler daha büyük işletmelerden daha düşük ve genellikle daha değişkendir. Bu, işverenlerin ve işçilerin sosyal sigortaya katkıda bulunma mali kapasiteleri üzerinde olumsuz etkilere sahiptir (ILO, 2021a).

Denetim ve Uyum Eksikliği

Çalışma ve sosyal güvenlik mevzuatının zayıf bir şekilde uygulanması, MKİ'lerdeki işçiler için sosyal güvenlik kapsamının genişlemesini engelleyebilir. MKİ'lerdeki denetimler, iş ziyareti başına daha fazla işçinin kapsanabileceği büyük işletmelere kıyasla genellikle daha fazla zaman alıcı ve nispeten maliyetli olduğundan, daha büyük işletmelere daha fazla odaklanma eğilimi vardır. Zayıf yaptırım mekanizmaları, düşük düzeyde denetim ile sonuçlanabilir. Ayrıca kamu kurumlarına duyulan güvensizlik, mevzuatla ilgili bilgilerin sınırlı olması, çalışanların sosyal güvenlik kapsamına alınması konusunda bilgi ve deneyim eksikliği ya da bu konuda isteksiz olmaları, işveren ve çalışanları sosyal güvenlik sistemlerine katılmaktan vazgeçiren önemli nedenler arasında sayılabilir. Kayıt dışı istihdam, MKİ'lerin resmi ve düzenleyici çerçevenin ötesine geçmesine neden olduğundan, bu, sosyal güvenliğin işçilere genişletilmesi için ek zorluklar ortaya çıkarmaktadır (ILO, 2019b: 2). MKİ'lerin daha büyük işletmelere kıyasla sendikalaşma olasılığı daha düşüktür. Bazı ülkelerde sendikalaşma ve toplu pazarlık sadece belirli bir büyüklüğün üzerindeki işletmeler için mümkündür (ILO, 2021a). Ayrıca sosyal güvenlik sistemleri ile işgücü piyasası ve istihdam politikaları, kurumsal kalkınma politikaları ve makroekonomik politikalar gibi diğer ilgili politika alanları arasındaki koordinasyon eksikliği, kapsamın genişletilmesinin önünde önemli bir engel olabilir (ILO, Kasım 2019: 15).

Mikro ve Küçük İşletmelerde Sosyal Güvenlik Kapsamını Genişletme Stratejileri

Birçok ülke, yukarıda bahsedilen engelleri kaldırmak ve ILO standartlarının sağladığı rehberlik doğrultusunda MKİ'lerdeki işçilere hem yasal hem de etkin kapsamı genişletmek için önemli adımlar atmaktadır. Bu kapsamda yasal kapsamın genişletilmesi, idari prosedürlerin ve mali zorlukların kolaylaştırılması, denetimlerin kolaylaştırılması ve uyumluluğun artırılması öncelikli olarak ele alınan konular arasında yer almaktadır.

Yasal Kapsamın Genişletilmesi

Sosyal güvenlik kapsamı, çalışma ve sosyal güvenlik mevzuatındaki işletme büyüklüğü için asgari eşikler düşürülerek veya kaldırılarak MKİ'lerdeki işçilere genişletilebilir (ILO, Haziran 2021: 4). Örneğin, 1977 yılında Kore Cumhuriyeti'nde 500'den fazla çalışanı olan kurumların çalışanları sağlık sigortası kapsamına giren ilk grup olmuştur. Sağlık sigortası, 1979 yılında 300'den fazla çalışanı olan şirketlerde, 1981'de 100'den fazla çalışanı olan şirketlerde ve 1983'te 16'dan fazla çalışanı olan şirketlerde kademeli olarak yaygınlaştırılmıştır (Kwon, 2009: 64).

Ürdün Sosyal Güvenlik Kurumu, ulusal düzeyde üstlendiği sosyal ve ekonomik sorumluluğa dayanarak, sosyal güvenlik kapsamını ülke içinde çalışanları ve yurtdışındaki tüm Ürdünlüleri kapsayacak şekilde genişletmeye çalışmaktadır. Burada amaç, sosyal güvenliğin kapsamını beşten az işçi çalıştıran işletmeleri kapsayacak şekilde genişletmektir. Sosyal korumanın genişletilmesi, işverenler, işçiler ve devlet gibi farklı aktörler arasında üçlü bir diyaloga dayalı bir ulusal sosyal güvenlik politikasının tasarlanması yoluyla dinamik bir yaklaşımı gerektirir (ISSA, 2007).

İdari Prosedürlerin ve Mali Zorlukların Kolaylaştırılması

Kayıt dışı ekonomi küresel işgücünün yarısından fazlasını ve dünya çapındaki MKİ'lerin yüzde 90'ından fazlasını oluşturması (ILO, 2021b) nedeniyle bu kapsamda idari prosedürlerin kolaylaştırılması MKİ'lerdeki işçi ve işverenlerin kapsamını genişletmek ve kayıtlı ekonomiye geçişlerini kolaylaştırmak için kilit unsurlardan biridir (ILO, Haziran 2021: 4). Özellikle okuma yazma bilmeyenler için karmaşık kayıt formlarını doldurmak veya başvuru sahibinin dilinde belgeler mevcut değilse bu dili anlamak kayıt dışı ekonomideki işçiler ve işverenler için büyük bir zorluk olabilir (ILO, 2021c: 98).

Kayıt ve diğer idari prosedürlere erişimin kolaylaştırılması, MKİ çalışanlarının sosyal güvenlik kapsamına alınmasını teşvik edebilir. Somut önlemler, mobil ve çevrimiçi erişimin yanı sıra ek erişim noktaları sağlamayı içermektedir. İşçileri ve işverenleri iyi bilgilendirmek, çevrimiçi kayıt için mesafe engellerini ve bürokrasiyi azaltmaya yardımcı olabilir (ILO, Haziran 2021: 4). Birçok MKİ'nin üretkenliği düşük olduğundan, MKİ'lerin formalitelere uyması ve vergi ve/veya sosyal güvenlik yükümlülüklerini yerine getirmesi zor olabilir (ILO, 25 Ocak 2021: 1). Bu zorlukların üstesinden gelmek için yasal ve düzenleyici çerçeveler gözden geçirebilir. Yasal ve düzenleyici reformlar, MKİ'nin vergi ve sosyal güvenlik yükümlülüklerine uyumunu kolaylaştırabilir; kendileri ve çalışanları için sosyal güvenliğe erişimi artırabilir (ILO, 25 Ocak 2021: 2).

Denetimlerin Kolaylaştırılması ve Uyumluluğun Artırılması

Kayıt dışı istihdamın yaygın olduğu bu sektörlerde çalışma ve sosyal güvenlik denetimlerinin artırılması gerekmektedir. Yaptırımlar ve denetimler arasında uygun bir denge olmalıdır (ILO, 2021c: 24). Bazı ülkeler, MKİ'lerin uyumlaştırılmasını artıracak, denetimlerini kolaylaştıracak ve kayıt dışı ekonomik birimlerin kayıtlı ekonomiye geçişini kolaylaştıracak mekanizmalar uygulamaktadır. Bazı durumlarda, küçük işletmeleri çalışan sayılarına veya ciroya göre denetlemenin önündeki engeller kaldırılırken, denetmenlerin MKİ'leri denetlemesini

sağlamak için ek önlemler getirilmektedir. Örneğin, Peru özel olarak mikro işletmelerin yıllık denetimlerini kanunla başlatmış ve kayıtlı mikro işletmelerin yüzde 20'sinin yıllık denetimini sağlamıştır (ILO, Haziran 2021: 6).

Yaptırımları uygun şekilde tanımlayan ve teşvikleri doğru bir şekilde belirleyen tutarlı politikalar, uyumu etkin bir şekilde teşvik etmek için çok önemlidir. Örneğin Şili, en savunmasız kişilerin olumsuz etkilerden korunmasını sağlamak için işin büyüklüğüne ve etkilenen işçi sayısına göre para cezalarının seviyesini belirleyen kademeli bir yaptırım sistemi uygulamaya koymuştur. Bu uygulama çerçevesi ayrıca küçük işletmelerin işçileri düzenli hale getirerek ve eğitim oturumlarına katılarak cezalardan kaçınmasını sağlamaktadır. Ancak üst düzey personelin MKİ'lerde genellikle kıt bir sosyal sermaye kaynağı olduğu göz önüne alındığında, bu tür eğitim oturumlarına katılımları bir ceza ve farkındalıktır (ILO, Haziran 2021: 6).

SONUÇ

İşgücünün önemli bir bölümünü istihdam eden MKİ'lerde sosyal güvenlik kapsamı tüm çalışanları kapsayacak kadar gelişmemiştir. 2020 itibariyle, dünya nüfusunun yüzde 53,1'i sosyal koruma kapsamında değildir[1] ve MKİ'lerde çalışan birçok işçi, bu sosyal korumanın kapsamadığı oranda kendilerini bulmaktadır. MKİ'deki çoğu çalışan için sosyal güvencenin olmaması, insana yakışır bir işte çalışmamak, sosyal ve ekonomik haklardan yoksun olmak, bugüne ve geleceğe güvenle bakamamak gibi önemli insan haklarından yoksunluğu beraberinde getirmektedir.

Öte yandan MKİ, vergi ve/veya sosyal güvenlik yükümlülükleri nedeniyle kayıtlı ekonomide faaliyet göstermeyi zor bulabilirler. Bu zorlukların üstesinden gelmek için öncelikle işletme kayıt prosedürleri örneğin sosyal sigorta primlerinin beyanı ve ödemesi basitleştirilmeli ve MKİ'lerin işlem maliyetleri düşürülmelidir. Hükümetler, yasal eksiklikleri, idari ve mali engelleri, denetim ve uyum eksikliklerini gidermeli ve tüm çalışanları sosyal güvenlik kapsamına almak için MKİ'lere gerekli hassasiyeti göstermelidir. Bu bağlamda hem işçiler hem de işverenler yürürlükteki çalışma ve sosyal güvenlik mevzuatı hakkında bilgilendirilmeli ve sosyal güvenlik kapsamının önemi konusunda bilinçlendirilmelidir.

Sosyal güvenlik, gelirin güvence altına alınmasında, yoksulluk ve eşitsizliğin ortadan kaldırılmasında önemli bir sosyal politika aracıdır. MKİ'de sosyal güvenlik sisteminin tüm çalışanları kapsayacak şekilde geliştirilmemesi kapsayıcı büyümeyi engellemekte, insan haklarının hayata geçirilmesini tehlikeye atmakta, sosyal adaleti ve toplumsal barışı zayıflatmaktadır. Sonuç olarak önce çalışanlar sonra toplum için önemli bir yatırım olan sosyal güvenlik, sağladığı gelir güvencesi ve istihdam artışı ile sürdürülebilir ekonomik büyümeyi ve gelişmeyi desteklemektedir. Böylece tüm insanlar için uygun yaşam standartları

1 2020 itibariyle, küresel nüfusun yalnızca yüzde 46,9'u en az bir sosyal güvenlik sistemi tarafından etkin bir şekilde kapsanırken, kalan yüzde 53,1'i diğer bir ifadeyle 4,1 milyar kadar insan tamamen sosyal güvenlik kapsamı dışında kalmıştır. Bu küresel ortalamanın arkasında, Avrupa ve Orta Asya'da (yüzde 83,9) ve Amerika'da (yüzde 64,3) küresel ortalamanın üzerinde, Asya ve Pasifik'te (yüzde 44,1) kapsama oranları ile bölgeler arasında ve içinde önemli eşitsizlikler var. Arap Devletleri (yüzde 40,0) ve Afrika'da (yüzde 17,4) çok daha belirgin kapsama boşlukları bulunmaktadır (Ayrıntı için bkz.: ILO, 2021d: 19).

ile sosyal adaletin ve toplumsal barışın hâkim olduğu bir toplumsal yapının oluşmasına katkı sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

1. Arıcı, K. ve Yusuf, A. (2014). *Sosyal Güvenlik*. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2659 & Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1625.
2. Brown, J. M. (2018). How Important Are Small Businesses to Local Economies?. https://smallbusiness.chron.com/important-small-businesses-local-economies-5251.html (Erişim Tarihi: 29 Kasım 2021).
3. Gartenstein, D. (28 Ocak 2019) Reasons Why Small Businesses are Important. https://smallbusiness.chron.com/reasons-small-businesses-important-54131.html (Erişim Tarihi: 29 Kasım 2021).
4. ILO. (Haziran 2021). Extending Social Security to Workers in Micro and Small Enterprises Lessons from International Experience. https://www.social-protection.org/gimi/gess/RessourcePDF.action?id=55724 (Erişim Tarihi: 29 Kasım 2021).
5. ILO. (25 Ocak 2021). Enterprise Formalization: Tailored Registration, Tax and Social Security Requirements for MSEs. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_767329.pdf (Erişim Tarihi: 29 Kasım 2021).
6. ILO. (2021a). Extending Social Security to Workers in Micro- And Small Enterprises. https://www.social-protection.org/gimi/Emodule.action?id=57 (Erişim Tarihi: 29 Kasım 2021).
7. ILO. (2021b). 13. Informal Economy. https://www.ilo.org/global/topics/dw4sd/themes/informal-economy/lang--en/index.htm (Erişim Tarihi: 29 Kasım 2021).
8. ILO. (2021c). *Extending Social Security to Workers in the İnformal Economy*. Geneva: International Labour Organization.
9. ILO. (2021d). World Social Protection Report 2020–22: Social Protection at the Crossroads – in Pursuit *of a Better Future*. Geneva: International Labour Office.
10. ILO. (2020). Improving Safety and Health in Micro-, Small and Medium-Sized Enterprises: An overview of initiatives and delivery mechanisms. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---lab_admin/documents/publication/wcms_740304.pdf (Erişim Tarihi: 29 Kasım 2021).
11. ILO. (Kasım 2019). Extending Social Security to Workers in the Informal Economy: Lessons from international experience. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---soc_sec/documents/publication/wcms_749431.pdf (Erişim Tarihi: 29 Kasım 2021).
12. ILO. (2019a). Small Matters Global Evidence on the Contribution to Employment by the self-Employed, Micro-Enterprises and SMEs. Geneva: International Labour Organization.
13. ILO. (2019b). Extending Social Security to Workers in Micro and Small Enterprises Lessons From International Experience. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---soc_sec/documents/publication/wcms_749484.pdf (Erişim Tarihi: 29 Kasım 2021).
14. ILO. (2019c). Rules of the Game: An Introduction to the Standards-Related Work of the International Labour Organization. Geneva: International Labour Office.
15. ILO. (2014a). Social Insurance: Enhancing Social Security Right for Everyone. Policy Brief. 3, 1-5. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-hanoi/documents/publication/wcms_428970.pdf (Erişim Tarihi: 29 Kasım 2021).
16. ILO. (2011). Social Security for Social Justice and a Fair Globalization. Geneva: International Labour Office.
17. ISSA. (2007). Social Security: Outreach to all (Strategy of Extending Social Security Coverage). https://ww1.issa.int/gp/173235 (Erişim Tarihi: 29 Kasım 2021).
18. Kwon, S. (2009). Thirty Years of National Health Insurance in South Korea: Lessons for Achieving Universal Health Care Coverage. *Health Policy and Planning*, (24), 63–71.
19. Srinivas, H. (Temmuz 2020). Sustainable Development Goal: Decent Work and Economic Growth. https://www.gdrc.org/informal/sdg8.html (Erişim Tarihi: 29 Kasım 2021).

30.

Development of Pre-School Education Institutions in the Years of Independence

BAĞIMSIZLIK YILLARINDA OKUL ÖNCESİ EĞİTİM KURUMLARININ GELİŞİMİ

Dr. Taleh HALİLOV*

ÖZET

Azerbaycan Cumhuriyeti'nde okul öncesi ve okul dışı kurumların gelişiminin incelenmesi, bu alanda yeniliklerin ve başarıların ortaya çıkmasıyla gözlenmektedir. Bağımsızlık yıllarında okul dışı eğitim kurumlarının geliştirilmesi ve okul dışı eğitim kurumlarının geliştirilmesi için alınan önlemlerin kapsamlı bir incelemesi, eğitimin gelişimini teşvik eden önemli bir zeminin değerlendirilmesi için bir temel sağlar.

Okulların ve diğer eğitim kurumlarının temel sorumluluklarından biri, ihmal edilmiş çocukların, yetimlerin ve ebeveyn bakımından yoksun çocukların çalışmalarını organize etmektir. Yoksul, ihmal edilmiş ve yoksul ailelerin çocukları genellikle okul dışında bırakılmaktadır. Ermenistan'ın Azerbaycan Cumhuriyeti'ne yönelik saldırısı sonucunda ortaya çıkan bu sorunun çözümü, Azerbaycan hükümeti için ciddi bir sorun boyutuna ulaşmıştır.

***Assistant Professor, Nakhchivan State University, Faculty of Pedagogy.**

Bunu dikkate alan Azerbaycan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu, 11 Nisan 2003 tarih ve 60 sayılı kararı ile "ihmal edilen ve sokak çocuklarının sorunlarına yönelik Eylem Planı"nı onayladı. Bu planın hükümlerinin birçoğunun uygulanması, okul dışı eğitim kurumlarının doğrudan sorumluluğundaydı. Bu tür çocukların göz ardı edilmemeleri ve topluma zararlı bir unsur haline gelmemeleri için kayıt altına alınması ve akılda tutulması için gerekli tedbirler önerilmiştir.

Ülkemizdeki ortaokul öğretmenlerinin yaşam standartları ve çalışmalarının değerlendirilmesi devletimizin ilgi ve özen merkezinde tutulmuştur. Son birkaç yılda, eğitimcilerin maaşları birkaç kez artırıldı.

Son yıllarda, özerk cumhuriyette 8 okul dışı eğitim kurumu inşa edildi veya yeniden inşa edildi. Nahçıvan'daki satranç merkezi, uluslararası fuarlar düzenlemek için tüm koşullara sahiptir. Haydar Aliyev Çocuk ve Gençlik Yaratıcılık Merkezi, Nahçıvan Bölge Eğitim Merkezi, Nahçıvan Bölge Eğitim Merkezi Meslek Lisesi binaları yeniden inşa edilerek hizmete açıldı. Bu yılın Eylül ayında Culfa'da 2 okul, 1 anaokulu ve 1 okul dışı kurum inşa edildi veya yenilendi. Teknik Yaratıcılık Merkezi, Çevre Eğitim Merkezi ve Çocuk Yaratıcılık Merkezi'nde tüm koşullar oluşturulmuştur.

Böylece Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nde bağımsızlık yıllarında okul dışı kurumların, özellikle okul dışı eğitim kurumlarının geliştirilmesi için alınan önlemler, bölgede genel eğitimin gelişmesi için koşullar yaratmış ve bu alanda başarılar.

Anahtar Kelimeler: Nahçıvan, okul öncesi eğitim, çocuk, öğretmen, sınıf

Abstract

The study of the development of preschool and non-school institutions in the Republic of Azerbaijan is observed with the emergence of innovations and achievements in this field. A comprehensive review of the measures taken in the years of independence for the development of non-school educational institutions and the development of non-school educational institutions provides a basis for evaluating an important ground that promotes the development of education.

One of the main responsibilities of schools and other educational institutions is to organize the work of neglected children, orphans and children without parental care. Children of poor, neglected and poor families are often left out of school. The solution of this problem, which emerged as a result of Armenia's attack on the Republic of Azerbaijan, has reached a serious problem for the Azerbaijani government. Taking this into account, the Cabinet of Ministers of the Republic of Azerbaijan approved the "Action Plan for the problems of neglected and street children" with its decision dated April 11, 2003 and numbered 60. The implementation of many of the provisions of this plan was the direct responsibility of non-school education institutions. Necessary measures have been proposed to record and keep in mind such children so that they are not overlooked and become a harmful element to society.

The living standards of secondary school teachers in our country and the evaluation of their work have been kept in the center of attention and care of our state. in the last few years, educators' salaries have been increased several times.

In recent years, 8 non-school educational institutions have been built or rebuilt in the autonomous republic. The chess center in Nakhchivan has all the conditions for holding international fairs. Haydar Aliyev Child and Youth Creativity Center, Nakhchivan Regional Education Center, Nakhchivan Regional Education Center Vocational High School buildings were rebuilt and put into service. in September of this year, 2 schools, 1 kindergarten and 1 extra-school institution were built or renovated in Julfa. All conditions have been created in the Center for Technical Creativity, the Center for Environmental Education and the Center for Child Creativity.

Thus, the measures taken in the years of independence in the Nakhchivan Autonomous Republic for the development of non-school institutions, especially non-school educational institutions, created conditions for the development of general education in the region and success in this field.

Keywords: Nakhchivan, preschool education, child, teacher, classroom

GİRİŞ

Azerbaycan Cumhuriyeti'nde okul öncesi ve okul dışı kurumların gelişiminin incelenmesi, bu alanda yeniliklerin ve başarıların ortaya çıkmasıyla gözlenmektedir. Bağımsızlık yıllarında okul dışı eğitim kurumlarının geliştirilmesi ve okul dışı eğitim kurumlarının geliştirilmesi için alınan önlemlerin kapsamlı bir incelemesi, eğitimin gelişimini teşvik eden önemli bir zeminin değerlendirilmesi için bir temel sağlar.

Araştırma sonucunda, 1970-1980 yıllarında Haydar Aliyev'in özel bakımı sonucunda özerk cumhuriyette okul öncesi kurumlar ağının genişletildiği ve yeni tesisler inşa edildiği ortaya çıktı. Anaokulu sayısı Nahçıvan şehrinde 7'den 13'e, Şarur ilçesinde 4'ten 6'ya, Culfa semtinde 5'ten 10'a, Şahbuz ilçesinde 4'ten 7'ye yükseldi. 1970-1980 yıllarında özerk cumhuriyette bir bütün olarak 24 okul öncesi eğitim kurumu inşa edildi (Aliyev, 1997: 146). 1994 yılında, özerk cumhuriyette bu tür 108 işletme vardı.

Bağımsızlık yıllarında okul öncesi kurumların %87'sinin yeniden yapılandırıldığını da belirtmek isterim. 2003-2013 yılında 2260 kişilik 11 okul öncesi eğitim kurumu inşa edildi. Böylece, 3 Nolu Nahçıvan şehrinde 140 koltuk, 200 koltuk 12 koltuk, 108 koltuk 7 koltuk, 108 koltuk 6 koltuk, 120 koltuk 4 koltuk, 240 koltuk 11 koltuk, Sharur kenti 280 koltuk, Babek yerleşim yeri 50 koltuk, Babek ilçesi Şikhmahmud köyü Nahçıvan ili Aliabad yerleşiminde 100 kişilik kreşler, Culfa şehrinde 240 kişilik kreşler, Ordubad şehrinde 50 kişilik kreşler yeniden inşa veya elden geçirilerek çocuklar tarafından kullanıma açıldı. Ayrıca önceki yıllarda inşa edilen okul öncesi eğitim kurumlarının maddi ve teknik altyapısı güçlendirilerek modern imkanlarla zenginleştirilmiştir. Son yıllarda özerk cumhuriyette 17 okul öncesi eğitim kurumu inşa edilmiş ve faaliyete geçmiştir. Bunlardan sonuncusu 2015 yılında Shahbuz'da inşa edilmiş ve faaliyete geçmiştir.

Okul dışı eğitim kurumları ağının kurulmasında büyük ilerleme, Haydar Aliyev'in iktidara gelişinin ilk yıllarına da rastlıyor. 1970'den önce Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti topraklarında bu tür 7 işletme varsa, son on yılda bu işletmelerin sayısı 30'a çıkmıştır. Haydar Aliyev'in

özel emri ve talimatıyla 1978 yılında Nahçıvan'da "Öncüler Sarayı", ardından Ordubad'da "Öncüler Evi" inşa edilerek hizmete açıldı.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin bağımsızlığının ilanından ve iktidara gelen rastgele liderlerin ilgisizliğinden sonra, bağımsızlığın ilk yıllarında eğitimin özel stratejik önemini anlamayanlar, Azerbaycan Cumhuriyeti'nin maddi ve teknik temelini ele geçirmeye çalıştılar. -okul kurumları. O zaman Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti Yüksek Meclisi Başkanı Haydar Aliyev bu tür insanlara uygun cevabı verdi. Dolayısıyla bu tür kurumların kapatılmasının kabul edilemez olduğuna dikkati çekerek, eğitim işinin stratejik öneme sahip olduğu göz önüne alındığında, devletin himayesinde olacaktır.

Azerbaycan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulunun 19 Eylül 1994 tarih ve 334 sayılı kararı ile Azerbaycan Cumhuriyeti Eğitim Bakanlığı sistemindeki okul dışı kurumların model düzenlemeleri onaylanmıştır.

Azerbaycan Cumhuriyeti "Çocuk Hakları" Hakkındaki Kanunun uygulanmasına ilişkin 24 Ağustos 1998 tarih ve 761 sayılı Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Kararnamesi'nin birinci fıkrasının uygulanmasını sağlamak için Bakanlar Kurulu, Azerbaycan Cumhuriyeti Üçüncü fıkraya üçüncü fıkrayı aşağıdaki şekilde eklemiştir. "Devlet için özel önem taşıyan durumlar dışında, çocukların okul dışı dinlenme ve boş zamanlarının düzenlenmesi ile ilgili yerler kaldırılamaz ve başka amaçlar için kullanılamaz" (Respublika, 26 Ekim 2000).

Azerbaycan Cumhuriyeti Eğitim Bakanlığı sistemindeki okul dışı kurumlar örnek listesinde yer alan 13 okul dışı kurumdan yedisinin, Eğitim Bakanlığı sisteminde faaliyet gösterdiğini belirtmek gerekir. Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti. Bunlar arasında Çocuk Yaratıcılık Sarayı ve Merkezleri, Ekolojik Eğitim Merkezleri, Teknik Yaratıcılık Merkezleri, Turist ve Etnografya Merkezleri, Estetik Eğitim Merkezi, Satranç Okulu ve Çocuk ve Gençlik Spor Okulları bulunmaktadır.

Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti Eğitim Bakanlığı sisteminde cumhuriyet, şehir ve ilçe merkezlerine bölünmüş toplam 40 okul dışı kurum bulunmaktadır. Bu kurumların çalışmaları, kurumlar tarafından hazırlanan Azerbaycan Cumhuriyeti Eğitim Bakanlığı sisteminde okul dışı kurumların model yönetmeliklerine göre kurulur ve yönetilir.

Buna karşılık, çocuk ve gençlik spor okulları, Azerbaycan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu tarafından 12 Ekim 2001 tarihinde onaylanan "Çocuk ve Gençlik Spor Okulları ve İhtisas Olimpik Rezervler, Çocuk ve Gençlik Spor Okulları Yönetmeliği" uyarınca faaliyet göstermektedir. 161.

3'ü Haydar Aliyev Çocuk ve Gençlik Yaratıcılık Sarayı (1978), J. Zülfügarlı'nın adını taşıyan Nahçıvan AR Ekolojik Eğitim Merkezi olmak üzere Özerk Cumhuriyeti Eğitim Bakanlığı'na doğrudan bağlı 5 okul dışı kurum kuruldu. (1991), Nahçıvan AR Estetik Eğitim Merkezi, (1990) Nahçıvan AR Teknik Yaratıcılık Merkezi, Nahçıvan AR Turist İstasyonu birimlerine uygun olarak faaliyet göstermektedir. Bu okullardan kalan 39 adedi Nahçıvan Şehri Satranç Okulu ve Nahçıvan Şehri Çocuk ve Gençlik Spor Okulu şehre, 37 işletme ise ilçeye bağlıdır. Şarur'da 6, Babek'te 6, Ordubad'da 5, Şahbuz'da 6, Culfa'da 6, Sadarak'ta 4

ve Kangarlı'da 4 okul dışı kurum vardı.

Özerk Cumhuriyetin okul dışı kurumları ortaokul öğrencilerinin eğitiminde ve bu çalışmanın düzenlenmesinde hem metodolojik bir merkez olarak hem de diğer eğitim kurumlarıyla birlikte bu işi yürüten bir kuruluş olarak önemli rol oynamıştır.

Okul dışı kurumlarda eğitim çalışmalarının organizasyonunun oluşturulduğu alanlardan biri olan kurumlarda düzenlenen çevreler öğrencilerin müzik, sanat, teknik, çevre, turizm, spor dallarına ilgi duymasını sağlamaktadır. Bu çevrelerin asıl amacı öğrenciler olduğu için onların beceri, alışkanlık ve yeteneklerinin doğru tespit edilmesi ve yeteneklerinin ortaya çıkarılmasına ilgi duymaları önemlidir. Böylece, organize edilen çemberin amacı doğru seçilirse, o çemberde gerçekleştirilen eğitim çalışmaları yüksek verim sağlar. Bu noktadan hareketle, Özerk Cumhuriyet Estetik Eğitimi Merkezi ile Çocuk ve Gençlik Yaratıcılık Sarayı'nda faaliyet gösteren dans çevrelerinin etkinliklerinin analizi, bu çemberlerin etkinliğinin çeşitli amaçlara hizmet ettiğini göstermektedir. Burada halk oyunları öğretmek, öğrencilerin fiziksel olarak gelişmesine yardımcı olur ve öğrenciler müzik hakkında bilgi edinir. Bu durum, bir yandan öğrencilerin doğru bir eğitim almaları, diğer yandan da öğrencilerin ileride meslek ve sanat seçmeleri için koşullar yaratmaktadır. Bu kurumların öğrencilerinin Nahçıvan Devlet Filarmoni Orkestrası'nın farklı bölümlerinde görev yapmaları da bu söylediklerimizi doğrulamaktadır.

Okul dışı bir eğitim kurumu olan Estetik Eğitim Merkezi'nin sanat, uygulamalı sanat dersliklerinin kuruluşu ve faaliyeti, öğrenciler arasında geleceğin sanatçısı, mimarı vb. sanatçıların gelişmesinde temel bir rol oynayabilir. Özel yetenekli çocukların el sanatları sergilerinin önemi göz önüne alındığında, bu kurumların düzenli olarak sergi düzenlemeleri de okul dışı kurumların faaliyetlerinin önemli bir parçasıdır.

Özel yetenek ve yetenek gerektiren kulüpler de vardır ve bu kulüpler ortaokullarda değil, sadece okul dışı eğitim kurumlarındaki çocukları kapsar. Buna folklor, drama ve dans grupları dahildir.

İnsanlığın geleceğinin günümüz çocuklarının ekolojik eğitimine bağlı olduğu bilinmektedir. Çevre eğitim merkezleri bu misyonu yürütür.

Okul çocuklarının ekolojik eğitimi, ekolojik çevreler aracılığıyla gerçekleştirilir. Çevre eğitiminin öğretimi, öğrencilerde bir takım önemli nitelikler yaratırken, öğrenciler bir takım önemli bilgi ve beceriler kazanır. Böylece öğrenciler, biyosfer biyoçeşitliliğinin temelini oluşturan tüm canlıların biyolojisi hakkında ek bilgi edinir, insan ve toplumun gezegenimizin yaşamındaki rolünü anlar, bağımsız cumhuriyetimizin doğa koruma yasalarını öğrenir, ekolojik kültürde ustalaşır, doğaya uygun davranma kurallarını, yaşamayı öğrendikleri ekolojik davranışları, doğanın güzelliklerini anlamayı, korumayı ve bu güzellikleri de yaşamayı öğrenirler. Öğrenciler ayrıca doğanın zengin kaynaklarına karşı uygun bir tutuma sahip olmayı, onları doğru kullanmayı, doğanın korunmasında çok önemli bir konu olan izlemenin uygulanmasına katılmayı öğrenirler (Jafarov, 2011: 186).

Okul dışı eğitim kurumlarında okullu gençlerin halk derneği olarak kurulan "Genç Haydar Aliyevler" grubu, Nahçıvan AR Çocuk ve Gençlik Yaratıcılık Sarayı bünyesinde yeni kurulan

derneklerden biridir. Nahçıvan ili okullarından seçilen bir grup çocuk, milli önderimizin 80. yıl dönümünde yemin ederek bu grubun kuruluşunu resmen ilan ettiler. Genç neslin ekolojik eğitimi ve yetiştirilmesi için çalışan kuruluşlardan biri de Nahçıvan AR Çocuk Ekolojik Polisidir. Böyle bir organizasyon 5 Haziran 2001 tarihinde Dünya Çevre Günü'ne bağlılık yemini ile kurulmuş ve Nahçıvan AR Çevre Eğitim Merkezi'nde kurulmuştur. Nahçıvan Ekolojik Eğitim Merkezi "UEP" çevre hukuku alanında dünyada tektir. Özerk Cumhuriyetin doğasının korunmasında UEP, okul çocukları arasında ilginç ve gerekli eğitim çalışmaları yürüttü, bu yaşam alanına hazır olmalarında önemli bir rol oynadı.

Özerk Cumhuriyetin Çocuk Ekolojik Polisi aşağıdaki amaç ve hedefleri gerçekleştirir:

- doğal kaynakların korunması ve çevrenin korunması alanında önlemlerin uygulanmasında koruma kurumlarının ve doğa koruma kuruluşlarının çalışanlarına yardımcı olmak;
- yerleşim yerlerinin, okulların, yolların, nehirlerin, su havzalarının, su havzalarının kıyılarının yeşillendirilmesine, bitki yetiştiriciliğine, ağaç ve çalı tohumlarının toplanmasına katılmak;
- hayvanların, kuşların, faydalı böceklerin korunmasına, kuşların bahçelere ve parklara çekilmesine katılmak;
- çocukları, anavatanının doğasını önemseyen, ekolojik okuryazar vatandaşlar olarak yetiştirmek;
- okul çocuklarında doğal kaynakların korunması ve baskınlar için sorumluluk duygusu geliştirmek;
- gençlerde ekolojik kültür, ekolojik bakış açısı ve düşünce oluşturmak;
- çevre sorunları ve küresel sorunlar hakkında bilginin yayılması için nüfus arasında propaganda yapmak;
- Azerbaycan Cumhuriyeti polisinin çalışma geleneklerine ve şöhretine dayalı olarak okul çocuklarının hukuk eğitiminin güçlendirilmesi (Jafarov, 2011: 188).

Faaliyet alanı için kurulan Çocuk Ekolojik Polisi'nin temel görevi, bölgenin ekolojik güvenliğini sağlamak, doğayı ve doğal kaynakları korumak için genç nesillere sorumluluk duygusu aşılamaktır. Aynı zamanda Çocuk Çevre Polisi, yetkileri dahilinde Özerk Cumhuriyet'te faaliyet gösteren uluslararası kuruluşlarla işbirliği yaptı. 2004 yılında UEP, ağaçlandırma projesine aktif katılımı nedeniyle ADRA tarafından Mitsubishi 1200 T ile ödüllendirildi.

Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Sayın İlham Aliyev'in 2010 yılını "Ekoloji Yılı" ilan etmesi, UEP'in faaliyetlerini artırmış ve Çocuk Halk Birliği olarak faaliyetlerinin önemine dikkat çekmiştir.

Genel olarak önemli bir eğitim biçimi olan okul dışı eğitim kurumlarında öğrenci bilim derneklerinin kurulması da önemlidir. Aynı zamanda ortaokullarda eğitim kurumlarının düzenlediği yaratıcı ve bilgi yarışmalarının özel bir yeri vardır. Örneğin Nahçıvan AG Estetik Eğitim Merkezi tarafından lise öğrencileri arasında düzenlenen resim, şarkı yarışmaları,

Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti Çocuk ve Gençlik Yaratıcılık Sarayı tarafından düzenlenen çeşitli spor yarışmaları, resim yarışması, Teknik Yaratıcılık Merkezi tarafından düzenlenen teknik yaratıcılık haftası, Ekolojik Eğitim Merkezi - Doğanın korunmasına yönelik bilgi yarışmaları bu açıdan büyük önem taşımaktadır. Bu tür yarışmalar düzenlemenin önemi, her şeyden önce, okul çocuklarının bu çalışmaya kitlesel katılımı için koşullar yaratmasıdır. Ayrıca okullarda üstün yetenekli çocukların belirlenmesine olanak sağlar. Bu önlemler, okullar ve okul dışı kurumlar arasındaki ilişkiyi güçlendirmenin yanı sıra, eğitim çalışmalarının karşılıklı olarak düzenlenmesine izin verir.

Unutulmamalıdır ki, okul dışı kurumlarda eğitim çalışmalarının düzenlenmesinde, öncelikle bu kurumların adlarındaki tutarsızlıktan kaynaklanan birçok sorun ve zorluk bulunmaktadır. Eğitim ve öğretimin ayrılmaz bir bütün olduğu bilinmektedir. Ayrıca, okul tüm eğitim ve öğretimin merkezindedir. Bu çalışmayı gerçekleştirirken diğer eğitim kurumları da okullarla etkileşim içindedir ve birlikte hareket eder. Deneyimli uzmanlar, bu tür kurumların okul dışı kurum olarak adlandırılmasının hatalı bir ifade biçimi olduğuna dikkat çekmekte ve öncelikle bu kurumların öneminin azaldığını ve bu tür kurumlara karşı ikili bir tutumun olduğunu belirtmektedirler. Caferov, 2011: 189). Nitekim, yukarıda belirtildiği gibi, bu tür kurumların okul dışı olarak adlandırılması, bu kurumlar ile okul arasında bazı yanlış anlamalar ve memnuniyetsizlikler yaratmaktadır.

Araştırmalar, öğrencileri ders dışı etkinliklere dahil ederek boş zamanlarının etkin bir şekilde düzenlenmesinde istenilen sonuçların elde edilmesinin mümkün olmadığını göstermektedir. Bu nedenle birçok durumda okulların hareketsizliği çocukların eğitim sürecinin dışında kalmasına neden olmaktadır. Örgütsel çalışmalardan sorumlu müdür yardımcıları, bu işten sorumlu çocuk dernekleri başkanlarının bu kurumlarla ilişkileri zayıf olduğunda okullarda olumlu bir sonuç elde etmek zordur.

Okulların ve diğer eğitim kurumlarının temel sorumluluklarından biri, ihmal edilmiş çocukların, yetimlerin ve ebeveyn bakımından yoksun çocukların çalışmalarını organize etmektir. Yoksul, ihmal edilmiş ve yoksul ailelerin çocukları genellikle okul dışında bırakılmaktadır. Ermenistan'ın Azerbaycan Cumhuriyeti'ne yönelik saldırısı sonucunda ortaya çıkan bu sorunun çözümü, Azerbaycan hükümeti için ciddi bir sorun boyutuna ulaşmıştır. Bunu dikkate alan Azerbaycan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu, 11 Nisan 2003 tarih ve 60 sayılı kararı ile "ihmal edilen ve sokak çocuklarının sorunlarına yönelik Eylem Planı"nı onayladı. Bu planın hükümlerinin birçoğunun uygulanması, okul dışı eğitim kurumlarının doğrudan sorumluluğundaydı. Bu tür çocukların göz ardı edilmemeleri ve topluma zararlı bir unsur haline gelmemeleri için kayıt altına alınması ve akılda tutulması için gerekli tedbirler önerilmiştir.

Özerk Cumhuriyet'te Ekolojik Eğitim Merkezi'nin etkinliği (bu kuruluş 1983'te kuruldu), öğrencilerin ekolojik eğitimine, çevreye sağlıklı bir tutum oluşumuna büyük ilgi uyandırdı. Ekolojik Eğitim Merkezi'nin ana faaliyeti, öğrencilerin ekoloji alanındaki bilgilerini artırmak, ekolojik eğitimi amaçlı yapmak, onlara doğa hakkında derinlemesine bilgi vermek, bölgemizin flora ve faunasını korumak, öğrencilere çevrenin korunmasına aktif olarak katılma fırsatı.

Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nin okul çağındaki çocuklarına ekoloji ruhuyla eğitim vermek amacıyla kurulan merkezde, her biri özel bir plana göre çalışmalarını inşa eden 7 stant bulunuyor. Örneğin, metodoloji kabinesi, kitle organizasyon kabinesi, tarım ve ekoloji kabinesi, flora ekolojisi kabinesi, fauna ekolojisi kabinesi, nüfus ve çevre kabinesi, kamu bilgi kabinesi vb. etkinliklerini öğrencilerin belirli bilgi ve becerileri kazanmalarını sağlayacak şekilde düzenler.

Ekolojik Merkez, varlığının ilk döneminde (1991) iki personel birimi ile çalışmalarına başlamış, faaliyetlerini güçlendirmiş, ardından 17 personel birimine, çevre gruplarının sayısı ise 28'e yükselmiştir. Merkez, 675 öğrencinin katılımıyla 45 ekolojik çevrede 28 grup halinde dersler verdi. Eğitim kulüplerinin liderlerinin yüksek öğrenim görmüş olmaları, uzmanlıklarını amaçlı bir şekilde yürütmelerine olanak sağlamıştır. Eğitimlerin temel amacı, okul çağındaki çocuklara çevre konusunda eğitim vermek, doğa bilgilerini artırmak, onları bölgemizin faunası, florası, değerli şifalı bitkileri, rezervleri ve kutsal alanları, doğal kaynakları, toprakları hakkında bilgilendirmekti (Jafarov, 2011: 190). .

Son yıllarda, özerk cumhuriyette 8 okul dışı eğitim kurumu inşa edildi veya yeniden inşa edildi. Nahçıvan'daki satranç merkezi, uluslararası fuarlar düzenlemek için tüm koşullara sahiptir. Haydar Aliyev Çocuk ve Gençlik Yaratıcılık Merkezi, Nahçıvan Bölge Eğitim Merkezi, Nahçıvan Bölge Eğitim Merkezi Meslek Lisesi binaları yeniden inşa edilerek hizmete açıldı. Bu yılın Eylül ayında Culfa'da 2 okul, 1 anaokulu ve 1 okul dışı kurum inşa edildi veya yenilendi. Teknik Yaratıcılık Merkezi, Çevre Eğitimi Merkezi ve Çocuk Yaratıcılık Merkezi'nde tüm koşullar oluşturulmuştur.

Ülkemizde ortaokul öğretmenlerinin yaşam standartları ve çalışmalarının değerlendirilmesi devletimizin odağında tutulmuş ve özen gösterilmiştir. Son birkaç yılda, eğitimcilerin maaşları birkaç kez artırıldı. En iyi 50 okul ve öğretmen, ülkenin liderliği tarafından ödüllendirildi. Son üç yılda Özerk Cumhuriyet'ten 9 okul "En İyi Ortaokul", 15 öğretmen ise Cumhurbaşkanı'nın emriyle "En İyi Öğretmen" unvanına layık görüldü. Son beş yılda, özerk cumhuriyetten 35 kişiye "Azerbaycan Cumhuriyeti Şerefli Öğretmeni" fahri unvanı verildi, 45 kişiye "Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti Şerefli Öğretmeni" fahri unvanı verildi, 32 kişi ödüllendirildi. "İlerleme" madalyası.

Böylece Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nde bağımsızlık yıllarında okul dışı kurumların, özellikle okul dışı eğitim kurumlarının geliştirilmesine yönelik alınan tedbirler, bölgede genel eğitimin gelişmesi için koşullar yaratmış ve başarılı olunmasına yol açmıştır. bu alan.

KAYNAKÇA

1. Caferov H.R. (2011). Nahçıvan'da eğitim: kalkınma yolları ve fırsatları. Bakü: Bilim ve eğitim
2. "Respublika" gazetesi. 26 Ekim 2000
3. Aliyev H. (1997). Bağımsızlığımız sonsuzdur: konuşmalar, açıklamalar, mektuplar, röportajlar. 3. Kitap: Aralık 1994-Haziran 1995 / R.Mehdiyev yayından sorumlu. Bakü: Azerneshr

31.

An Evaluation On Smart City Practices in Turkey

Dr. Vedat YILMAZ*

ÖZET

Dünya nüfusunun her geçen gün artmasına mukabil doğal kaynakların sınırlı olması, kaynakların etkin ve verimli bir şekilde kullanılmasını zorunlu kılmıştır. Bu bağlamda dünya nüfusunun çoğunluğunun yaşadığı kentlerde her zamankinden daha fazla karmaşık hale gelen sorunlarına yönelik rasyonel çözümler aranmaya başlanmıştır. Bu çözümlerden biri olarak karşımıza çıkan akıllı kent kavramı, bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanılarak çevre ve insan arasındaki ilişkiyi akıllı bir şekilde yönetmeyi öngören uygulamalar bütünüdür. Bir kentin akıllı kent olarak ifade edilmesi için akıllı insan, akıllı ulaşım, akıllı yönetişim, akıllı ekonomi, akıllı yaşam ve akıllı çevre bileşenlerine sahip olması önem arz etmektedir.

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de yerelde yaşayanların imkan ve olanaklarının artırılması kentlerin daha yaşanabilir hale dönüştürülmesi daha demokratik, hesap verebilir, şeffaf ve katılımcılığın ön plana çıkarılmasına yönelik akıllı kentler inşa edilmeye başlamıştır. Türkiye'de akıllı kent uygulamaları yakın bir tarihi geçmişe sahiptir. Bu nedenle akıllı kent uygulamalarının henüz istenilen seviyeye ulaşmadığı ancak bu yönde faaliyetlerin hız kesmeden devam ettiği söylenebilir. Literatür taraması ve gözleme dayalı bir yöntem kullanılarak hazırlanan bu çalışmanın amacı, Türkiye'de yakın zamanlarda başlayan akıllı kent

***Associate Professor, Van Yüzüncü Yıl University, Faculty of Economics and Administrative Sciences**

uygulamaları hakkında genel olarak bilgiler sunulmasıdır. Bu bağlamda çalışmada öncelikle kent ve akıllı kent kavramları açıklanacak ardından Türkiye'de akıllı kent uygulamalarına yer verilerek değerlendirmelerde bulunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kent, Akıllı Kent, Akıllı Kent Uygulamaları, Türkiye

Abstract

Due to the increase in the world population day by day, the limited natural resources have made it necessary to use the resources effectively and efficiently. in this context, rational solutions have begun to be sought for the problems that have become more complex than ever in the cities where the majority of the world's population lives. The concept of smart city, which emerges as one of these solutions, is a set of applications that envisage managing the relationship between the environment and people in an intelligent way by utilizing information and communication technologies. It is important for a city to have smart people, smart transportation, smart governance, smart economy, smart life and smart environment components in order to be expressed as a smart city.

Smart cities have started to be built in Turkey, as in the world, in order to increase the opportunities and possibilities of the local residents, transform the cities into a more livable, more democratic, accountable, transparent and participation in the foreground. Smart city applications have a recent history in Turkey. For this reason, it can be said that smart city applications have not reached the desired level yet, but activities in this direction continue without slowing down. The aim of this study, which was prepared using a literature review and observation-based method, is to present general information about smart city applications that started recently in Turkey. in this context, in this study, firstly the concepts of city and smart city will be explained and then evaluations will be made by giving place to smart city applications in Turkey.

Keywords: City, Smart City, Smart City Applications, Turkey

GİRİŞ

İnsanın sosyal bir varlık olarak bir arada yaşama mecburiyeti avcı toplayıcılıktan tarım toplumuna ve nihayet yerleşik düzene geçme serüvenini beraberinde getirmiştir. Yaşam döngüsü içinde yaşam alanlarının sürekli olarak değişime uğraması hem nüfus artışı hem de insanın daha konforlu bir hayat tasavvuru ile paralellik göstermektedir. Nüfus artışının hızlanması ile birlikte kırsal alanlardan kentsel alanlara doğru hareketliliğin yaşanması bir taraftan bu alanların gelişmesine yol açarken diğer taraftan yapısal eşitsizlikler, aidiyet sorunları, çarpık kentleşme, hava kirliliği, konut yetersizliği, sektörel eşitsizlikler gibi birçok sorunu da beraberinde getirmektedir (Söylemez, 2018: 88).

Tarihsel sürece bakıldığında kentsel alanların nüfusunun sürekli artma eğiliminde olduğu görülmektedir. Bu bağlamda 1800'lerde dünya nüfusunun %3, 1990'lı yıllarda %43, 2014 yılında %54 kentlerde yaşıyorken, 2050 yılında ise dünya nüfusunun %66'sının kentlerde yaşayacağı tahmin edilmektedir (www.un.org/en/, 2021). Bu önemli düzeydeki artış, sınırlı kent kaynaklarının optimum kullanılması mecburiyetini gündeme getirmiştir. Sınırlı kaynakların,

var olan düzen içinde optimum şekilde kullanılabilmesi için ise kentsel alanlarda yapısal dönüşümlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yapısal dönüşümün en önemli kısmı ise kullanımı her geçen gün artan teknolojinin kentsel alanlara uyumlaştırılması sürecidir. Bu süreç genel olarak "akıllı kent" adı altında dünyada ve Türkiye'de yoğun bir şekilde işlenmektedir. Bu çalışmada; Türkiye'de son zamanlarda hız kazanan akıllı kent uygulamaları hakkında genel olarak bilgiler sunulması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda kent ve akıllı kent kavramları ele alınarak Türkiye'de akıllı kent uygulamalarına yer verilerek yorumlanacaktır.

Kent Ve Akilli Kent Kavrami

Kent, belirli bir yerleşim alanda yaşayan ve birbirleriyle sürekli bir iletişim ve etkileşim içerisinde olan canlılar ve bunların cansız çevrelerinin bir bütünü oluşturduğu, kültürel bir ekosistem olarak ifade edilebilir (Atıl vd., 2005: 219). Kent tarihin belirli bir döneminde belirli şartlarda oluşan ve oluşum sürecinde sosyal, ekonomik, kültürel, tarihi, dinsel, estetik, mimari, yönü ile ihtişamını gösteren yerleşimlerdir. Kent İnsanlık tarihinde önemli bir dönüm noktasını oluşturmaktadır. İnsanlar için keskin bir yönelim ile başka bir yaşamın inşa edilmesidir. Sarsıcı, yankılı ekonomik, sosyal ve kültürel yapının yerleştiği, ticari faaliyetlerin yaygın olduğu yerleşim alanlarıdır. (Alver, 2012: 9; Yılmaz, 2019: 121). Son olarak kentler insanların yaşam olanaklarının kırsal kesime göre daha fazla olduğu yerleşim yerleridir. Gelişen bilim ve teknolojinin insanların kentlere yönelmesinde önemli düzeyde etkisinin olduğu aşikardır. Kentler genel olarak akıllı kent ya da dijital kent adları ile gelişen teknolojiye uyum sağlamaya çalışmaktadır.

İnsan tarafından yaşam alanları olarak var edilen kentler, yaşayan ve dinamik unsurları bünyesinde barındıran mekanlardır. Bu mekanların stabil bir yapıya sahip olması mümkün olmamakla birlikte dönemin şartları hem kentsel alanların sınırlarını hem de kentlere atfedilen işlevleri değiştirmektedir. Bu dönüşüm içinde "akıllı kentlerin" tanımı yapılırken bir kentin "akıllı"olarak ifade edilebilmesi için ihtiva etmesi gereken özelliklerin de farklılık arz ettiği, ortak bir fikir birliğine varılmış tek bir akıllı kent tanımının olmadığı görülmektedir. Nitekim Holands (2008: 310)'a göre akıllı kentler, bilgi ve iletişim teknolojileri kullanılarak sürdürülebilir kentleşmenin kentin sorunlarına çözüm bulabilecek mühendislik sistemine dönüştürülmesi iken, Barrionuevo vd. (2012: 50) 'a mevcut teknoloji ve gerekli tüm kaynakları yaşanılabilir ve sürdürülebilir kentler inşa etmek için kullanmaktır. Bu noktada Caragliu vd. (2011: 70)'e göre akıllı kent, sürdürülebilir ekonomi ve yaşam standardını arttırabilmek adına katılımcı yönetimi esas alarak doğal kaynakların kentin altyapı, ulaşım ve iletişim ağlarını güçlendirmek amacıyla kullanılmasıdır. Akıllı kent ile ilgili yapılan birçok tanımın temelde birleştiği nokta ise bilişim teknolojileri kullanılarak kentin bütün sorunlarına kentin öz kaynakları ile çözüm bulunmasını öngören kentsel gelişim vizyonu olduğu yönündedir (Uçar vd., 2017: 1786). Bu noktada belirtmek gerekir ki akıllı kent kavramı teknoloji temelli bir yaklaşım olmasından ötürü her geçen gün teknolojinin gelişimine bağlı olarak akıllı kente farklı misyonlar eklenmektedir (Köseoğlu ve Demirci, 2018: 43).

Bir kentin akıllı kent olarak adlandırılabilmesi için gerekli olan alt sistemler ve belirli bileşenlerin varlığı aranmaktadır. Bu bağlamda akıllı kenti, birden fazla alt sistemi ve bileşeni birbirine entegre eden organik bir yapı olarak değerlendirmek mümkündür (Chourabi vd., 2012: 2290). Akıllı kent bileşeni ile ilgili bugün Avrupa Birliği tarafından da kabul edilen yaklaşım Boyd Cohen'in "Smart Cities Wheel (SCW) (Akıllı Kent Çarkı)" yaklaşımıdır. Bu yaklaşıma göre "akıllı çevre, akıllı yönetim, akıllı ekonomi, akıllı yaşam, akıllı toplum ve akıllı ulaşım" olarak belirlenen altı bileşen akıllı kentlerin sahip olması gereken temel bileşenlerdir (Cohen, 2013).

Şekil 1: Akıllı Kent Çarkı



Kaynak: Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Akıllı Şehirler Beyaz Bülteni, 2019: 15.

Cohen'in altı temel bileşenden oluşan akıllı kentler çarkında üzerinde durulması gereken husus bu bileşenlerin birbirlerini tamamlayan kavramlar olarak değerlendirilmesi gerekliliğidir. Zira bu bileşenlerden elde edilen veriler ancak bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirildiğinde maliyetleri düşürürken verimliliği ve kentsel yaşam standartlarını üst düzeye çıkarabilecektir (Çetin ve Çiftçi, 2019: 137). Bu bağlamda bileşenlerin ne ifade ettiğinin anlaşılması akıllı kenti anlamak açısından önem arz etmektedir.

- ✓ Akıllı İnsan: Akıllı kent bileşeninin en önemli aktörüdür. Akıllı insan, beşeri ve sosyal sermayenin yeterli ve kaliteli bir seviyeye ulaşması amacıyla hoşgörü, esneklik, kozmopolitik ve kamusal hayata katılım, yaratıcılık gibi özelliklere haiz bir toplumun inşasını amaçlamaktadır (Vanolo, 2014: 887).
- ✓ Akıllı Yönetişim: Akıllı kentin en önemli aktörü olan akıllı insanın, karar alma sürecinde aktif rol oynaması, yönetişim sistemlerinin ve kamu hizmetlerinin şeffaflığı ve ulaşılabilirliği, ülkedeki tüm idari birimlerin kurumsal kapasitesinin arttırılması ve e-yönetim uygulamalarının yaygınlaşması amaçlanmaktadır (Vanolo, 2014: 887). Bu noktada akıllı kentlerin paydaşları kimdir sorusu cevaplanması önem arz eden bir soru olarak karşımıza çıkmaktadır. Şüphesiz bu paydaşlar, akıllı kent uygulamalarının başarıya ulaşmasında önemli roller üstlenmektedir. Başta hükümet olmak üzere bölgesel ve yerel yönetimler, vatandaşlar, STK'lar, uluslararası birlik ve organizasyonlar, üniversiteler, çıkar grupları, büyük uluslararası şirket ve finans kuruluşları paydaşları oluşturmaktadır (Gürsoy, 2019: 59). Paydaşların görüş ve önerilerinin dikkate alınması önem arz etmektedir.
- ✓ Akıllı Ulaşım/Hareketlilik: Bilgi ve iletişim teknolojisinden faydalanarak ulaşım ağını öncelikle çevre dostu ve dezavantajlı grupları kapsayacak şekilde kullanarak trafik ve hava kirliliği sorunlarına çözüm geliştirmeyi amaçlamaktadır (Söylemez, 2018: 91). Diğer taraftan kentin lojistik kapasitesinin arttırılması amacıyla coğrafi şartlardan dolayı yaşanan dezavantajları minimize etmek, gerçek zamanlı trafik bilgilerinin sürücüler ve yolcular tarafından öğrenilmesi adına gerekli alt yapının oluşturulması amaçlanmaktadır (Neirotti vd., 2014: 28).
- ✓ Akıllı Ekonomi: Uluslararası piyasalara adapte olabilen ve bu platformlarda rekabetçi olması beklenirken iş piyasasında yerel düşünebilen, girişimcilik özelliklerine sahip, risk alabilen ve sürdürülebilir ekonomik kalkınma odaklı bir yapıyı işaret etmektedir (Uçar vd., 2017: s.1788; Smart Economy, 2017: 13).
- ✓ Akıllı Çevre: Akıllı kentin diğer bileşenleri hayata geçirilirken her aşamada gözden geçirilmesi gereken ve düzenli olarak yenilenmesi gereken bileşen çevredir. Bu bağlamda ekolojik dengenin gözlemlenmesi, hava kirliliğinin azaltılması, yenilenebilir enerji kaynaklarının geliştirilmesi, akıllı şebeke ve sayaçlar, çevre dostu binalar, akıllı aydınlatma sistemleri ve akıllı su sistemlerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir
- ✓ Akıllı Yaşam: Teknoloji temelli bütün akıllı kent bileşenlerinin nihai hedefi kent sakinlerinin sağlıklı ve konforlu bir hayat sürmelerini sağlamaktır (Çetin ve Çiftçi, 2019: 137). Artan nüfus kamu güvenliği ve suçla mücadelede kamera ve sesli takip sistemlerinin önemini arttırırken kentin afet ve acil durum yönetimi, itfaiye, sağlık hizmetleri, kültür ve turizm hizmetlerinde bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanmayı amaçlamaktadır (Varol, 2017: 55).

Akıllı kentler için ideal olan uygulama bu altı bileşenin gereklerine uyarak kenti imar etmektir. Fakat bu pratikte pek rastlanılan bir durum olmamakta bu bileşenlerden birine odaklanılarak bileşeni oluşturan akıllı insan bileşeninden uzaklaşılmaktadır. Dolayısıyla bu yaklaşım kent sorunlarına bütüncül bir bakış açısıyla yaklaşılmasını engellemektedir (Cohen, 2018).

TÜRKİYE'DE AKILLI KENT UYGULAMALARI

Kentlerin akıllı statüsü kazanabilmeleri, üst nesil teknolojilerin varlığına ve bu teknolojilerin kullanılabilmesi için altyapıların uygun hale getirilmesine bağlıdır. Bu bağlamda başta kent yöneticilerinin yenilikçi adımlar atabilecek vizyona sahip olması gerekirken diğer taraftan vatandaşlar, sivil toplum kuruluşları, özel sektör gibi kent paydaşlarının sürece dâhil edilmesi, akıllı kent uygulamasının etkin bir şekilde yürütülebilmesi bakımından önem arz etmektedir (Negiz vd., 2017: s.1792).

Dünya nüfusunun artması, küreselleşme, kentlerin dönüşümü, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi, iş imkânlarının çeşitlenmesi, sağlık, eğitim, turizm sektörlerindeki gelişim gibi faktörler kentsel alanların çekici gücünü arttırmıştır. Kırsal alanlardan kentsel alanlara doğru hızlanan hareketlilik ile birlikte yerel halka kesintisiz hizmet sunmak ve yaşam şartlarını iyileştirmek, altyapı, çevre, ulaşım gibi birçok alanda yeni teknolojilerden faydalanma düşüncesi "akıllı belediyecilik" ve "akıllı şehircilik" anlayışının doğmasına sebep olmuştur. İnovatif bakış açısını geliştiren bu sürecin çağın gerisinde kalmamak adına tesadüfi ve keyfi bir süreç olmaktan öte artık bir zorunluluk olduğu bilinmektedir (Şener, 2019: 61).

Türkiye ise dünyadaki bu dijitalleşme sürecinin bir parçası olma yolunda ilk adımları 2000'li yıllarda atabilmiştir. 2014-2018 yılları arasını kapsayan Onuncu Kalkınma Planı'nda daha önceki planlarında olmayan yeni bir vizyon geliştirilerek akıllı kent uygulamalarının alt yapısına yönelik yatırımların geliştirilmesi yönünde hedefler belirlenmiştir. "Planın Hedefleri ve Politikaları" başlığı altında 656. madde ile "Kentleşme ve kentsel dönüşüm, imalat sanayii ile bütünleşik bir şekilde ele alınacaktır" ifadesine yer verilirken, kalkınma planının 731.maddesinde akıllı kent dönüşüm hızının arttırılacağı şu şekilde ifade edilmiştir: "Akıllı uygulamaların sağlık, ulaştırma, bina, enerji ile afet ve su yönetimi gibi alanlar başta olmak üzere kullanımı yaygınlaştırılacaktır. Şehirlerin bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki altyapı, kapasite ve beceri düzeyleri artırılarak akıllı kentlere dönüşmesi desteklenecektir." 841. maddede yer alan "Karayolu Trafik Güvenliği Stratejisi ve Eylem Planı'nda yer alan trafik kazası nedeniyle meydana gelen ölümlerin yüzde 50 oranında azaltılması hedefi doğrultusunda Trafik Elektronik Denetim Sistemlerinin kullanımı Akıllı Ulaşım Sistemleriyle entegre bir şekilde yaygınlaştırılacaktır" ifadeleri ile akıllı ulaşımın hedeflendiği görülürken, 976. madde ise kentsel alanlarda alt yapının geliştirilmesi hedefi şu şekilde yer almıştır: "Nüfusun sağlıklı ve güvenilir içme ve kullanma suyuna erişiminin sağlanması; atıkların insan ve çevre sağlığına etkilerinin en aza indirilerek etkin yönetiminin gerçekleştirilmesi; şehirlerimizde arazi kullanım kararlarıyla uyumlu politikalar yoluyla trafik sıkışıklığını azaltan, erişilebilirliği ve yakıt verimliliği yüksek, konforlu, güvenli, çevre dostu, maliyet etkin ve sürdürülebilir bir ulaşım

altyapısının oluşturulması temel amaçtır" (www.sbb.gov.tr, 2013: 97-111-130). Akıllı kent uygulamalarına yönelik çalışmalar arasından ön plana çıkan diğer gelişmeler ise Ulusal Bilim ve Teknoloji Politikaları, 2003-2023 Strateji Belgesi-Vizyon 2023, Bilgi Toplumu Stratejisi ve Eylem Planları, Akıllı Belediyecilik Zirveleri, Akıllı Şehirler Kurultayı, KENTGES, Akıllı Şehirlere Dönüşüm Hareketi Projesi, Akıllı Kent Fuarlarıdır (Varol, 2017: 47).

Türkiye'deki ilk akıllı kent uygulaması 2000 yılında Yalova'da "Bilişim Vadisi Projesi" kapsamında ecotech yerleşkesinin kurulması ile gerçekleşmiştir. Fakat akıllı kent yönetiminin bütünleşik bir bakış açısıyla ele alınarak kent hizmetlerine adapte edilmesi örneğini ilk temsil eden kent Karaman'dır. Proje kapsamında trafik yoğunluk bilgisi, akıllı kavşak, çöp kutusu sensörleri, bulut-göz, Trafik Elektronik Denetleme Sistemi (TEDES), toplu mesaj sistemi, dokunmatik ekranlar, akıllı park sistemi, otopark doluluk görüntüleme sistemleri tek bir merkezden yürütülmek üzere gerekli alt yapı oluşturularak kente entegre edilmiştir (Türk Telekom, 2021).

Şekil 4: Türk Telekom Akıllı Şehir Uygulaması



Süreç içinde ilk akıllı kent uygulama örneklerine İstanbul, Ankara, Bursa, Kocaeli, Eskişehir gibi sayılı şehirlerde rastlanırken, kentlerin bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanılarak akıllı kente dönüştürülmesi sürecinin bugün Türkiye'nin birçok kentinde uygulama alanı bulduğunu söylemek mümkündür (www.bilisimdergisi.org.tr, 2017). Akıllı kent ve teknolojinin birbirinden ayrı düşünmek mümkün değildir. Bu bağlamda Türkiye'deki 30 Büyükşehir Belediyesi tarafından kullanılan mobil uygulamalara bakmak akıllı kent dönüşüm sürecinin anlaşılması bakımından önem arz etmektedir.

Tablo1'den de görülebileceği üzere Türkiye'de akıllı kent dönüşüm süreci mobil uygulamalar basamağında şehirlerarası ciddi farklar göze çarpmaktadır. Bahsi geçen 30 kent büyükşehir statüsünde olmasına rağmen Ankara, Bursa, İstanbul, Kocaeli, Kayseri, Kahramanmaraş, Gaziantep ve İzmir kentlerinde mobil uygulama sayıları üçten ten fazla iken Trabzon, Tekirdağ, Samsun, Mersin, Mardin, Manisa, Eskişehir, Aydın ve Adana'da bir tane mobil uygulama, Diyarbakır'da ise henüz mobil uygulanın olmadığı görülmektedir.

Türkiye'nin üç büyük kentinde mobil uygulamaların yanı sıra akıllı kent dönüşüm sürecinde atılan önemli adımlar ise şöyle sıralanmaktadır:

Mobil uygulama sayısı diğer kentlerle kıyaslandığında önemli farkların gözlendiği, 15.462.452 kişi ile Türkiye'nin en fazla nüfusa sahip olan kenti İstanbul'u (TÜİK, 2021) diğer kentlerden ayıran nüfus farkı, bu kentte vatandaşlara sunulan hizmet kalitesinin ancak teknolojiden faydalanılarak arttırılabileceği sonucunu doğurmaktadır. Bu noktada Türkiye'nin ilk trafik ihlal denetim sistemi olan EDS ve bulut teknolojisi ile kural ihlallerinin tespit edilmesi amacıyla EDS Kontrol Merkezinin kurulması, akılı durak, sinyalizasyon, toplu taşıma araçlarına yerleştirilen USB şarj kutuları, hem trafik yoğunluğunun azaltılması ve hava kirliliğinin önüne geçilebilmesi hem de sağlıklı bir toplum için alternatif bir ulaşım aracı olarak bisiklet kullanımını yaygınlaştırmak amacıyla "İSBİKE" uygulaması geliştirilerek bisiklet istasyonlarındaki güncel bisiklet sayısına ulaşımın sağlanması, İleri Biyolojik Atıksu Arıtma Merkezi ve Hava Kalitesi İzleme Merkezinin kurulması (Gürsoy, 2019: 168) ayrıca dünyada dijitalleşme sürecine farklı bir boyut getiren covid-19 pandemisi ile yeni tedbirlerin alınması mecburiyeti ile İstanbul Büyükşehir Belediyesi "Uzun Menzilli Geniş Alan Ağı" (LoRaWAN) sisteminin alt yapısını oluşturarak kısa süre içinde uygulamaya konacak akıllı aydınlatma, park ve bahçelerin sulanması, su, enerji ve doğalgaz sayaç okuma, açma-kapama işlemleri gibi fiziki müdahaleden uzak temassız bir sistem geliştirmektedir (www.ibb.istanbul, 2020).

Ankara, 5.663.322 kişi ile İstanbul'dan sonra Türkiye'nin ikinci büyük kenti olarak (TÜİK, 2021) akıllı kent dönüşüm süreci kentin en büyük sorunlarının başında gelen ulaşım alanında yapılan yeniliklerle başlamıştır. Bu noktada EGO Genel Genel Müdürlüğü bünyesinde toplu taşıma araçlarının doluluk oranları ve durak bilgilerinin gerçek zamanlı verilerini yansıtan "EGO Cepte" uygulaması geliştirilmiştir (Varol, 2017: 53-56). Bu uygulama ile önce Çin'de gerçekleştirilen "Dünya E-Devletler Organizasyonu" tarafından birincilik ödülü verilen "EGO Cepte" uygulaması ikinci kez Milano'da gerçekleştirilen Dünya Toplu Taşımacılar Birliği (UITP) tarafından "Akıllı Ulaşım ve Entegre Teknolojileri" alanında, 200 katılımcı arasından birinci olarak seçilmiştir (www.ego.gov.tr, 2019). Akıllı kent dönüşüm sürecinde sürdürülebilir çevre ve sürdürülebilir kalkınma amacıyla geliştirilen "Sıfır Atık Projesi" kapsamında geri dönüşüm üniteleri oluşturulmuştur (www.ankara.bel.tr, 2018). ASKİ tarafından, il genelindeki su depoları, su kesintileri ve ölçümlerinin elektronik ortamda takip edilmesini sağlayan yeni nesil su sayaçları SCADA (Yönetsel Denetim ve Veri Elde Etme) geliştirilmiştir (www.aski.gov.tr, 2019).

İzmir ise 4.394.694 kişi ile Türkiye'nin nüfusu en fazla üçüncü kenti olarak (TÜİK, 2021) akıllı kent sürecine 2015 yılında ihalesi yapılan sıfır emisyonlu, şarjı güneş enerjisinden karşılanacak, çevre dostu otobüsler ile başlamıştır. Bununla birlikte kentte bulunan Ekrem Akurgal Yaşam Parkı'nın elektrik ihtiyacını karşılamak ve elektrik sarfiyatını azaltmak amacıyla parkın içinde bulunan spor salonu ve otopark alanlarının çatılarına güneş panelleri

yerleştirilmiş bu sayede ilk üç ayda 19 ton karbondioksit salınımının önüne geçilmiştir İzmir Büyükşehir belediyesince geliştirilen "İzmirNET projesi" kapsamında 621 kilometrelik fiber optik ağı ile Akıllı Trafik Yönetim Sistemi (ATS), MOBESE sistemi, İZSU mobil uygulaması, e-belediye, e-devlet, e-eğitim, e-sağlık gibi birçok alanda önemli hizmetler vermektedir (www.izmir.bel.tr, 2017).

SONUÇ

İnsanın sosyal bir varlık olma mecburiyetinin en önemli sonucu kentsel alanların ortaya çıkmasıdır. Tarih boyunca kurulan ilk kentlerden günümüze kadar geçen sürede sürekli bir gelişim içinde olmaları kentlerin, tıpkı insanlar gibi yaşayan bir varlık olduğu ve varlığını devam ettirebilmek için ihtiyaçlarının ve beklentilerinin karşılanması gerektiği sonucunu doğurmaktadır. Her geçen gün nüfusu artan ve hatta verilere göre 2050 yılında dünya nüfusunun %66'sının kentlerde yaşayacağı öngörüsünden yola çıkılacak olursa bu durumun temel iki sorunu işaret ettiği görülmektedir. Bunlardan ilki artan nüfusla birlikte kentsel alanlarda yapılacak hizmet sunumunun farklılaşması, ikinci durum ise dünyadaki kıt kaynakların optimum kullanılma mecburiyetidir. Bu noktada sürdürülebilir kentleşmenin sağlanabilmesi için bilgi ve iletişim teknolojisinden faydalanılarak kentleri akıllı kente dönüştürme veya yeni kurulan kentlerin alt yapılarını akıllı kente uyumlu olarak geliştirme düşüncesi ortaya çıkmıştır. Bir kentin akıllı olabilmesi için akıllı insan, akıllı çevre, akıllı yönetişim, akıllı ekonomi, akıllı ulaşım ve akıllı yaşam bileşenlerine de haiz olması gerekmektedir. Dünyadaki akıllı kent örneklerine bakıldığında bu bileşenlerin bütünsel olarak ele alındığı görülmektedir. Türkiye'deki akıllı kent uygulamalarında ön plana çıkan ise "akıllı ulaşım" a öncelik verilerek diğer bileşenlere yeteri kadar önem verilmediğidir. Türkiye'de 2006 yılından itibaren uygulamaya konulan "e-Devlet" ile hizmetlerin elektronik ortamda, kesintisiz bir şekilde sunulması önemli bir adım olarak değerlendirilse de bazı belediyelerin bu hizmetten öteye gidemediği görülmektedir. Akıllı kent uygulamalarının bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirilmesi sürece akıllı bina, atık yönetimi, akıllı aydınlatma, alt yapı ve diğer alanları kapsayacak şekilde geniş ölçekli yatırımların yapılmasını mecburi kılmaktadır. Türkiye bu noktada gerek kalkınma planları gerekse de uluslararası anlaşmalar ile önemli adımlar atsa da gelişmekte olan bir ülke olarak teknolojide dışa bağımlılık, toplumdaki ekonomik eşitsizlik, internete erişimde bölgesel farklılıklar, eğitim, kalifiye eleman eksikliği, yerel yönetimlerin finansman sorunları, sosyo-ekonomik veri toplamada yetersiz kalınması gibi sebepler akıllı kent uygulamalarında önemli atılımlar yapılmasını engellemektedir. Bu noktadaki eksikliklerin giderilerek akıllı kent uygulamalarının yaygınlaştırılması önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

1. Barrionuevo, J. M., Berrone, P., ve Ricart, J. E. (2012). Smart cities, sustainable progress. IESE Insight 14: 50–57.
2. Caragliu, A., Del Bo, C. and Nijkamp, P., (2011), Smart cities in Europe, Journal of urban technology, 18(2), 65-82.
3. Chourabi, H., Nam, T., Walker S., Gil-Garcia, J. R., Mellouli, S., Nahon, K., Pardo, T. A. ve Scholl, H. J., (2012), "Understanding Smart Cities: An Integrative Framework", in 45th Hawaii International Conference on System Sciences, 4- 7 January Maui, HI, s. 2289-2298
4. Cohen, Boyd, (2013), The Smart City Wheel, https://www.smart-circle.org/smart-city/boyd-cohen-smart-city-wheel/ (Erişim Tarihi: 16.03.2021)
5. Cohen, Boyd, (2018). Blockchain Cities and the Smart Cities https://medium.com/iomob/blockchain-cities-and-the-smart-cities-wheel-9f65c2f32c36 (Erişim Tarihi: 16.02.2021).
6. Çetin Merve, Çiftçi Çiğdem, (2019). Literatüre Göre Dünya ve Ülkemizden Örneklerle Akıllı Kent Kavramının İrdelenmesi. Ulusal Çevre Bilimleri Araştırma Dergisi, 2(3), 134-143.
7. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, (2019), Akıllı Şehirler Beyaz Bülteni, https://webdosya.csb.gov.tr/db/cbs/menu/akillisehirlerkitap_ 20190311022214_201903130329 59.pdf, (Erişim Tarihi: 16.03.2021)
8. Gürsoy, Oğuzhan (2019), "Akıllı Kent Yaklaşımı ve Türkiye'deki Büyükşehirler İçin Uygulama İmkanları", Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
9. Köseoğlu, Özer ve Demirci, Yılmaz, (2018). Akıllı Şehirler Ve Yerel Sorunların Çözümünde Yenilikçi Teknolojilerin Kullanımı, Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi, C.4. S.2, ss 40-57.
10. Negiz, Nilüfer, Ahmet, Uçar, ve Şemşit, Sühal (2017). Avrupa Birliği Akıllı Kent Uygulamaları Ve Türkiye'deki Yansımaları. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22(Kayfor 15 Özel Sayısı), 1785-1798.
11. Neirotti, Paolo, De Marco, Alberto, Cagliano, Anna Corinna, Mangano, Giulio ve Scorrano, Francesco (2014), "Current Trends in Smart City Initiatives: Some Stylised Facts", Cities, S.38, ss.25- 36.
12. Söylemez, Adnan (2018). Akıllı Kentlerde Atık Yönetimi ve Dünya'dan Akıllı Atık Yönetimi Üzerine Örnekler. Yasama Dergisi, (37), 87-100.
13. Şener, Raziye Betül (2019). Kamu hizmeti anlayışındaki değişim ve akıllı kentler, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
14. Uçar, Ahmet, Sühal Şemşit ve Nilüfer Nergiz (2017). Avrupa Birliği Akıllı Kent Uygulamaları ve Türkiye'deki Yansımaları, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Kayfor 15 Özel Sayısı, Cilt 22, ss. 1785-1798.
15. Vanolo, Alberto (2014). Smartmentality: The smart city as disciplinary strategy. Urban studies, 51(5), 883-898.
16. Varol, Çiğdem (2017), "Sürdürülebilir Gelişme de Akıllı Kent Yaklaşımı : Ankara'daki Belediyelerin Uygulamaları", Çağdaş Yerel Yönetimler, S.1, ss.43-58.
17. Yılmaz, Vedat (2019), "Türkiye'de Kentsel Dönüşümün Yansımaları ve Kentleşme", Van YYÜ İİBF Dergisi, 4(7), 119-133.
18. İnternet Kaynakları
19. World Urbanization Prospects (2018 Revision) United Nations, New York; https://www.un.org/development/desa/pd/ (Erişim Tarihi: 15.03.2021)
20. T.C Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2013) https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Onuncu-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-2014-2018.pdf (Erişim Tarihi: 18.03.2021).
21. http://www.bilisimdergisi.org, (Erişim Tarihi: 18.03.2021)
22. Türk Telekom, https://kurumsal.turktelekom.com.tr/yeni-nesil-sehirler/sayfalar/projeler/ karaman-belediyesi.aspx (Erişim Tarihi: 18.03.2021)
23. Türkiye İstatistik Kurumu, https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayal%C4%B1-N%C3%BCfus-Kay%C4%B1t-Sistemi-Sonu%C3%A7lar%C4%B1-2020-37210&dil=1 (Erişim Tarihi: 19.03.2021).
24. T.C. Ankara Büyükşehir Belediyesi, https://www.ankara.bel.tr/haberler/buyuksehirden-sifir-atik (Erişim Tarihi:

19.03.2021).

25. EGO, https://m.ego.gov.tr/sayfa/2125/ego-cepte-uygulamasi (Erişim Tarihi:20.03.2021).
26. T.C. İzmir Büyükşehir Belediyesi, https://www.izmir.bel.tr/tr/Haberler/izmirin-akilli-kent-hamlesi/29937/156 (Erişim Tarihi: 20.3.2021)
27. Smart Economy (2017). http://www.researchgate.net/publication/306924920_Smart_ Economy_in_ Smart_Cities (Erişim Tarihi: 16.03.2021).



32.

ÇEVRESEL BELİRSİZLİK, RİSK Mİ FIRSAT MI?

Dr. Yaşar AKÇA*

ÖZET

Çevre denildiğinde organizasyonun sınırları dışında kalan, işletmenin faaliyetlerinde ihtiyaç duyduğu kaynaklara sahip güçlerin bütünüdür. Söz konusu kaynakları; hammaddeler, işgörenler, teknoloji, enformasyon, hissedarlar, müşteriler ve finansal kurumlar oluşturur. İşletmelerin faaliyet gösterdiği çevre ortamında gelecekteki durumu öngörememesi ve çevrenin bileşenleri arasındaki ilişkileri anlama kabiliyetinin olmaması ise çevresel belirsizlik kavramıyla ifade edilmektedir. Küreselleşmenin beraberinde getirdiği yoğun rekabet, yenilik, hız, adaptasyon ve düşük maliyet talepleri işletmelerin faaliyetlerine yön vermektedir. Bugünün global işletme çevreleri yenilikçi ve hızlı çözümler talep eden müşteriler ve rekabetçi baskı tarafından şekillendirilmektedir. İşletmeler açık sistem yapısına sahip olduklarından değişimin itici gücünü çevresel belirsizlik oluşturmaktadır. Diğer taraftan işletmeler çevrelerindeki değişimlere reaksiyon gösterdiklerinde stratejilerini, yapılarını ve süreçlerini değiştirerek denge durumunu sürdürürler. Organizasyonel etkinliğin temel koşulu çevreye adaptasyonu gerçekleştirmektir. Çevreyi oluşturan faktörler de çabucak değişebilmektedir. İşletmeler, çevresel belirsizliklerin beraberinde getirdiği fırsatları hızla değerlendirmeli ve krizi fırsata çevirmelidir. Çevredeki yetersiz kaynaklar optimal performansın gösterilememesine yol açar.

***Associate Professor, Bartın University, Faculty of Economics and Administrative Sciences.**

Zayıf çevrelerde organizasyonlar en son teknolojiyi veya en iyi girdileri elde ederek müşterileri çekmeye çalışırlar. Çevrenin kompleks, kaynakların kıt olduğu yerlerde organizasyonlar en büyük belirsizlikle karşı karşıyadırlar. Bunun tersine zengin, durağan, basit çevrede, kaynaklara ulaşmanın kolay olduğu yerlerde belirsizlik düşüktür.

Anahtar Kelimeler: Çevresel belirsizlik, Çevresel dinamizm, Çevresel zenginlik, Çevresel komplekslik.

GİRİŞ

İşletme çevresi denildiğinde hükümet politikaları, sosyal, yasal, ekonomik, fiziksel, organizasyonel ve teknolojik faktörler, girdi kaynakları, faaliyet gösterilen sektör ve çıktıların verildiği pazar akla gelmektedir. İşletme çevresi, belki de diğer faktörlerden daha fazla organizasyonun yapısını, iş süreçlerini, yönetsel karar vermeyi, performansı etkilemektedir. Wang (2001: 430), organizasyon çevresini enformasyonun kaynağı olarak kabul etmektedir. Bir araştırma (Daft ve arkadaşları, 1988: 123) firmaların stratejilerini, planlamayı, koordinasyonu, yapıyı, iş süreçlerini çevreye göre uyumlaştırma eğiliminde olduğunu ortaya çıkarmıştır.

İşletmeler açık sistem yapısına sahip olduklarından yeniliklerin itici gücünü çevredeki değişimler oluşturur. Diğer taraftan işletmeler çevrelerindeki değişimlere reaksiyon gösterdiklerinde stratejilerini, yapılarını ve süreçlerini değiştirerek denge durumunu sürdürürler. Organizasyonel etkinliğin temel koşulu çevreye adaptasyonu gerçekleştirmektir (Damanpour ve Gopalakrishnan, 1998: 11). Çevreyi oluşturan faktörler de çabucak değişebilmektedir. Onun için Turban ve arkadaşlarına (1999: 6) göre şirketler, işletme çevresinden kaynaklanan fırsatlar ve problemlere hızlı ve sık reaksiyon gösterme ihtiyacı duymaktadır.

ÇEVRESEL BELİRSİZLİK

Çevresel belirsizlik; organizasyonun ilgili ve ilgisiz veri arasındaki ilişkiyi ayırt edememesi, organizasyonun çevresini tam doğru olarak öngörme yeteneğinin yokluğu şeklinde tanımlanmıştır (Buchko, 1994: 411). Diğer bir ifadeyle durumun belirsizliği, algılanan çevresel belirsizlik olarak adlandırılabilir. Milliken'in (1987) çevresel belirsizlik tanımı literatürde yaygın şekilde kabul edilmiştir (Van Gils ve arkadaşları, 2004: 589). Milliken'e (1987) göre çevresel belirsizlik; "organizasyon yöneticisinin veya yöneticilerinin çevre içinde meydana gelebilecek gelecekteki değişmeleri ya da organizasyonun dış çevresini tam doğru olarak değerlendirememesidir."

Çevresel belirsizlik terimi; endüstriyel ilişkiler, ekonomik çevre, hükümet politikaları, rakipler, teknolojik süreçler, globalizasyon, yasal düzenlemeler, tedarikçiler, müşteriler gibi dış çevrenin çeşitli yönlerdeki etkilerini tam doğru olarak firmanın öngörebilme yeteneğinin olmamasına işaret eder (Hoque, 2004: 489). Çevresel belirsizlik, teknoloji ve organizasyon yapısı ilişkisi içinde önemli bir rol oynamaktadır. Belirsizlik, özellikle strateji veya politikada değişimi özendirerek sonuçta yeniliğe yol açmaktadır (Ettlie, 1983: 30). Örneğin Damanpour ve Evan (1984: 406-407), çevresel belirsizliğin organizasyonun yapısını ve stratejisini değiştireceğini ifade etmişlerdir. Belirsizliğin artışı aynı zamanda yeniliklerin adaptasyonunu teşvik edecektir.

Buna ilave olarak teknolojinin yayılması, gittikçe artan yasal düzenlemeler ve global rekabetin (Thong, 1999: 197) hızlanmasıyla 21.yüzyılda pek çok şirket için çevresel belirsizlik artmıştır. Bugün organizasyonlar, eskiye göre daha dinamik, rekabetçi ve öngörülemez çevrelerle yüzyüzedirler.

Yöneticiler giderek daha hızla değişen ve kompleks hale gelen çevrede, daha hızlı artış gösteren müşteri beklentilerine, isteklerine, rekabetçi stratejilerdeki değişmeye, öngörülemez olaylara duyarlı olmaları gerekir. İş çevresinde kompleksliğin ve dinamizmin artışı, müşterilerin ihtiyaçlarındaki değişmelere daha çabuk cevap verme ihtiyacını beraberinde getirmiştir (Johannessen ve arkadaşları, 1997: 96).

Wang (2001: 429), çevresel belirsizliğin organizasyonel yapılar üzerinde büyük etkilere sahip olduğunu belirtmiştir. Bergeron ve arkadaşları da (2001: 128), çevresel belirsizliğin teknoloji-yapı ilişkilerinde önemli rol oynadığına işaret etmiştir. Örneğin çevresel belirsizliğin artması organizasyonlara yeni tehditler ve fırsatlar sunar. Rekabetin yoğun, belirsizliğin yüksek olduğu çevrelerde çevresel değişmelere dikkat etmek, duyarlı olmak gerekir. Ashmos ve arkadaşları (2000: 577), çevrelerini dinamik ve kompleks olarak gören organizasyonların daha kompleks bir yapıyla tepkide bulunduklarını, çevreyi durağan ve dengede gören işletmelerin daha basit yapılanmaya gittiklerine işaret etmişlerdir.

Daft ve arkadaşları (1988: 125), komplekslik ve değişim oranının algılanan çevresel belirsizliği etkilediği sonucuna varmışlardır. Dolayısıyla komplekslik, organizasyonla ilişkili dış olayların heterojenliğine işaret eder. Dış olaylar çok sayıda ve farklıysa komplekslik yüksektir. Değişim oranı ise, organizasyonun çevresinde meydana gelen değişmelerin sıklığına işaret eder (Daft ve arkadaşları, 1988: 125). Değişim oranı yükseldiğinde dış faaliyetler ve olaylar hızlı olduğundan karar vericiler doğru enformasyonu elde edemezler. Çevresel sektörler içinde değişim oranı ve komplekslik yükseldiğinde üst yöneticiler tarafından algılanan belirsizlik miktarı artar. Kompleks ve değişken çevrede belirsizlik seviyesi yüksektir (Damanpour, 1996: 696).

Çevresel belirsizliğin yöneticiler üzerindeki etkisine de Choo (1995: 87) işaret etmiştir. Çevresel belirsizlik yöneticilerin kararlarını ve hareketlerini de etkiler. Algılanan çevresel belirsizlik seviyesi yükseldiğinde yöneticiler çevresel taramayı daha sık ve daha geniş yapmaktadır. Yöneticiler uyguladıkları stratejilerin alternatif yönlerini de bilmek isterler. Çevre belirsiz olduğundan her alternatif yönde hareketin sonuçları kestirilemez. Diğer organizasyonların kaçırdığı işaretleri yöneticinin algılamasına bağlı olarak çevresel problemler ve fırsatlar ortaya çıkar. Burda devreye giren enformasyon teknolojisi yöneticiler için belirsizliği azaltır (Floyd ve Zahra, 1990: 360). Yöneticiye yardım eder.

Bütün yöneticiler karar verirken enformasyona ulaşma ihtiyacı duyarlar. Jones (2004: 369-370), enformasyon sayesinde organizasyonun en iyi alternatifi seçerken bütün belirsizlikleri yok ettiğini, fakat enformasyonu toplamanın çok pahalı bir maliyet oluşturduğunu belirtmiştir. Algılanan belirsizlik sonucunda karar vericilerin seçilen çevresel sektörler içindeki önemli olayları taraması beklenir (Daft ve arkadaşları, 1988: 125). Yöneticiler fırsatları tanımlamalı, fark etmeli ve problem alanlarını tahmin etmeli, stratejik veya yapısal adaptasyonları uygulamalıdır.

Turban ve arkadaşları (1999: 5), rekabetçi çevre içindeki belirsizliğin organizasyonları daha az kaynak kullanarak daha fazla ürün üretmeye zorladığına işaret etmiştir. Buna ilave olarak şirketlerin enformasyon işleme yeteneklerini artırarak, müşteriler ve tedarikçiler arasında bağlantılar oluşturarak (Erdil ve ark., 2003: 398), belirsizlikle başa çıkabilecekleri ifade edilmiştir.

Çevresel Belirsizliğe Neden Olan Faktörler

Jones (2004: 67-68), çevresel belirsizliğe neden olan üç faktörden söz etmiştir. Bunlar; algılanan çevresel dinamizm, algılanan çevresel zenginlik ve algılanan çevresel kompleksliktir. Başka bir ifadeyle çevrenin özellikleri üç bileşene dayanır: dinamizm, komplekslik ve zenginlik (Stanwick ve Pleshko, 1995: 183). Çevresel belirsizliği inceleyen Huber ve arkadaşları (1975: 726-727), yönetimin çevresel dinamizm, çevresel zenginlik, çevresel komplekslik üzerinde kontrolünün olmadığına işaret etmişlerdir. Stanwick ve Pleshko (1995: 178) ise, çevresel belirsizlik seviyesinin özellikle çevresel komplekslik, çevresel dinamizm ve çevresel zenginlik seviyelerine bağlı olarak arttığına vurgu yapmışlardır.

Algılanan Çevresel Dinamizm

Algılanan çevresel dinamizm; çevresel elementlerdeki öngörülemez değişimin boyutunu, yöneticilerin dinamik olarak belirtme derecesine işaret eder (Sutcliffe ve Huber, 1998: 798). Dess ve Beard (1984) ise çevresel dinamizmi, "karar vericilerin çevrenin geleceğini öngörürken karşılaştıkları güçlük derecesi" olarak tanımlamışlardır. Miller (1987), çevresel dinamizmi; "araştırma ve geliştirme, endüstri yeniliği, pazar trendlerindeki değişim oranı, rakipler ve müşterilerin öngörülemezliği" şeklinde tanımlamıştır.

Damanpour ve Gopalakrishnan'a (1998: 11) göre ise dinamizm boyutu, organizasyonun yenilik kapasitesini yakından etkileyen çevresel değişime odaklanır. Yine çevresel dinamizm; "organizasyonun performans seviyesine önemli derecede etki eden, belirli bir zaman çerçevesinde pazardaki değişim seviyesi" olarak düşünülebilir (Mintzberg, 1979). Algılanan çevresel dinamizm faktörlerini O'Regan ve Ghobadien (2005: 86), müşteri tercihlerindeki değişmelerden kaynaklanan kısa ürün ömrü, ürün veya hizmet teknolojilerindeki hızlı değişim ve yoğun rekabet olarak tespit etmişlerdir. Şayet çevre dinamikse firmalar müşteri ihtiyaçlarına daha hızlı adapte olma ihtiyacı duyacaklar, firmaların başarısı buna bağlı olacaktır (Fuentes ve arkadaşları, 2004: 4). Yöneticiler müşteri tercihlerini iyi anlamak, müşteri bağlılığını artıracak yenilikçi ürünler, hizmetler, süreçler sunmak ve sürekli iyileştirmeler yapmak zorundadır.

Çevre içindeki dinamizm artışı, enformasyonun sürekli biriktirilmesine neden olmaktadır. Bergeron ve arkadaşları (2001: 128), dinamik çevrenin firmalar üzerinde daha yoğun enformasyon sistemlerini kullanmalarına neden olduğu sonucuna varmışlardır. Örneğin tedarikçilerin ve müşterilerin güçlü olduğu endüstri içinde firmaların enformasyon teknolojisi kaynaklarını dengeleyici güç olarak kullandıkları görülmüştür (Bergeron ve arkadaşları, 2001: 128). Bunlara ilave olarak dinamik bir çevrede faaliyet gösteren firmalar dış çevreye uyumlu, yenilikçi ve proaktif olma ihtiyacını daha fazla hissedeceklerdir (O'Regan ve Ghobadien, 2005: 86). Çevre durağansa kaynak arzını etkileyen güçler öngörülebilir şekildedir. Çevre durağan

değil yani dinamikse organizasyon, zaman geçtikçe güçlerin değişme yönünü öngöremez. Sutcliffe ve Huber (1998: 798), çevresel dinamizmin firma performansıyla karşılıklı etkileşim içinde olduğunu bulmuşlardır. Keats ve Hitt (1988) ise, çevresel dinamizmin organizasyonel performansı önemli derecede negatif etkilediği sonucuna varmışlardır.

Algılanan Çevresel Zenginlik

Dess ve Origer (1987: 325), çevresel zenginliği; firmaların faaliyet gösterdiği çevredeki mevcut kaynakların sürdürülebilir büyümeyi sağlayabilmesi ve destekleyebilmesi şeklinde tanımlamışlardır. Algılanan çevresel zenginlik, rakiplerin ve organizasyonun sürdürülebilir büyümesini destekleyen kaynakların faaliyette bulunulan çevre içindeki mevcut durumunun üst yöneticiler tarafından algılanma derecesine karşılık gelmektedir (Sutcliffe ve Huber, 1998: 798). Zenginlik, organizasyonun faaliyet gösterdiği alanda büyümesini destekleyecek bulunabilir kaynakların bir fonksiyonu olarak anlaşılabilir. Yani zengin çevreler organizasyonlar üzerinde, kıt kaynaklara sahip çevrelerden daha az kısıtlamalar empoze ederler (Fuentes ve arkadaşları, 2004: 4).

Daft ve arkadaşları (1988: 125), kaynak sağlayan sektörün organizasyonel hedeflerle uyum derecesinin önemli olduğuna işaret etmişlerdir. Zengin çevrelerde kaynaklar çoktur, belirsizlik azdır. Organizasyonlar kaynaklar için rekabete ihtiyaç duymaz. Zayıf çevrelerde kaynaklar kıttır. Belirsizlik yüksektir. Organizasyonlar kıt kaynaklar için daha fazla rekabet etmek zorundadırlar.

Bir pazar sadece birkaç rakip içeriyorsa muhtemelen kaynaklar oldukça zengindir, fakat çok az büyümeye sahiptir. Bunun aksine bir pazar pek çok rakibe sahipse, çok az kaynak kapasitesi söz konusu olsa da hızlı büyüyen bir pazardır. Yüksek rekabet koşulları altında müşteriler, ihtiyaçlarını karşılayacak pek çok alternatif seçeneklere sahip olacaklardır (Fuentes ve arkadaşları, 2004: 4).

Wang'a (2001: 430) göre, yetersiz kaynaklar optimal performansın gösterilememesine yol açacaktır. Yüksek rekabet seviyesi organizasyonları mevcut kaynaklar üzerinde savaşa iter. Zayıf çevrelerde organizasyonlar en son teknolojiyi veya en iyi girdileri elde ederek müşterileri çekmeye çalışırlar. Çevrenin zayıf, durağan olmadığı, kompleks, kaynakların kıt olduğu yerlerde organizasyonlar en büyük belirsizlikle karşı karşıyadırlar. Bunun tersine zengin, durağan, basit çevrede, kaynaklara ulaşmanın kolay olduğu yerlerde belirsizlik düşüktür.

Algılanan Çevresel Komplekslik

Çevresel komplekslik; organizasyonu ve ilişkilerini etkileyen faktörlerin sayısıdır (Dev ve Brown, 1995: 221). Fuentes ve arkadaşları (2004: 3), çevresel kompleksliği; çevrenin anlaşılabilmesi için gereksinim duyulan bilgi seviyesi şeklinde ifade etmişlerdir. Alternatif bir tanım da McArthur ve Nystrom (1991: 350) tarafından yapılmıştır. Onlara göre çevresel komplekslik; "organizasyonun faaliyetlerinin yayılmasıdır". Algılanan çevresel komplekslik ise; çevresel faaliyetlerin değişim hızı içinde üst yöneticilerin çevreyi kompleks olarak görme derecesine işaret eder (Sutcliffe ve Huber, 1998: 798).

KompleksLik organizasyon içindeki bilgi ve uzmanlık seviyesine de işaret eder. Kompleksl̇ik, farklı müşteri grupları için farklı ürünler üretildiğinde artar. Damanpour (1991: 589), kompleksliği organizasyonun sunduğu hizmetlerin sayısıyla ölçmüştür. Organizasyonun çevresi daha belirsiz ve daha kompleks hale geldikçe, çevreyi kontrol etmek ve öngörmek daha fazla güçleşmektedir. Öngörülemeyen değişimlerin sayısı ve sıklığı arttığında değişim ve etkileriyle başa çıkmak daha fazla güçleşmekte, dolayısıyla algılanan çevresel belirsizlik artmaktadır. Ashill ve Jobber'e (1999: 524) göre dış çevredeki yüksek komplekslik çok sayıda müşteriyi, çok sayıda tüketiciyi, çok sayıda rakibi içerir.

SONUÇ

Sonuç olarak çevresel belirsizliğin beraberinde getirdiği maliyet farklılıkları ve rekabetçi baskıdaki artış, işletmeleri birbirlerinin hareketlerine karşı daha savunmasız yapmaktadır. Diğer taraftan çevresel belirsizlik durumunda gelecekteki muhtemel olaylar öngörülemez hale gelmektedir. Enformasyon yokluğu sebebiyle sebep-sonuç ilişkileri hakkında değerlendirme yapılamaz. Kararın muhtemel sonuçları tam doğru tespit edilemez.

Yoğun çevresel belirsizlik şartları içinde işletmelerin rekabet üstünlüğü avantajını yakalayabilmesinin üç şartı vardır: yüksek kalite, düşük maliyet, verimlilikten kaynaklanan performans artışıdır. Belirsizlik ortamında faaliyet gösteren işletmeler özellikle etkinlik, kalite, yenilikçilik kapasitesi ile mal ve hizmetlerini iyileştirmedikçe varlıklarını sürdürmekte zorlanacaklardır.

Kısacası çevresel belirsizlik durumu özellikle rekabet, teknoloji, müşteri ihtiyaçları ve pazar gibi parametrelere işaret etmektedir. Bu değişkenlerdeki hızlı değişimler, rekabetçi ve dinamik pazarlarda yaşayabilmek için savaşan firmaların çevrelerini belirsiz olarak algılamalarına yol açmaktadır. Çevre özellikle üst yönetim ve yöneticiler için belirsizdir ve komplekstir.

Literatürde (Bourgeois, 1985: 564; Ettlie, 1983: 30), algılanan çevresel belirsizlikle firma performansı arasında pozitif ilişki olduğuna, algılanan çevresel belirsizliğin firma performansını artırdığına işaret edilmiştir (Bourgeois, 1985: 565). Ayrıca algılanan çevresel belirsizlik yenilikle pozitif ilişkilidir. Huber ve arkadaşları da (1975: 725), algılanan çevresel belirsizliğin organizasyonel süreçler, yapılar ve performans üzerinde önemli bir değişken olduğunu, çevresel belirsizliğin organizasyonel kararları veya karar süreçlerini etkilediği (Huber ve arkadaşları, 1975: 727) sonucuna ulaşmışlardır. Dolayısıyla çevresel belirsizlik aynı zamanda işletmeler için risklerden daha fazla fırsatlar içermektedir.

KAYNAKÇA

1. Ashill, N.J. ve Jobber, D. (1999) "The Impact of Environmental Uncertainty Perceptions, Decision Maker Characteristics and Work Environment Characteristics on The Perceived Usefulness of Marketing Information Systems (MkIS): A Conceptual Framework", *Journal of Marketing Management*, 15: 519-540.
2. Ashmos, D.P., Duchon, D. ve McDaniel, R.R. (2000) "Organizational Responses to Complexity: The Effect on Organizational Performance", *Journal of Organizational Change Management*, 13(6): 577-594.
3. Bergeron, F., Raymond, L. ve Rivard, S. (2001) "Fit in Strategic Information Technology Management Research: An Empirical Comparison of Perspectives", *Omega*, 29: 125-142.
4. Bourgeois, L.J. (1985) "Strategic Goals, Perceived Uncertainty and Economic Performance in Volatile

Environments”, *Academy of Management Journal*, 28: 548-573.

5. Buchko, A.A. (1994) “Conceptualization and Measurement of Environmental Uncertainty: An Assessment of The Miles and Snow Perceived Environmental Uncertainty Scale”, *Academy of Management Journal*, 37(2): 410-425.
6. Choo, Chun Wei (1995) “Information Management for The Intelligent Organization: The Art of Scanning The Environment”, Medford, New Jersey: ASIS (American Society for Information Science).
7. Daft, R.L., Sormunen, J. ve Parks, D. (1988) “Chief Executive Scanning, Environmental Characteristics and Company Performance: An Empirical Study”, *Strategic Management Journal*, 9(2): 123-139.
8. Damanpour, F. (1991) “Organizational Innovation: A Meta Analysis of Effects of Determinants and Moderators”, *Academy of Management Journal*, 34(3): 555-590.
9. Damanpour, F. ve Evan, W.M. (1984) “Organizational Innovation and Performance: The Problem of Organizational Lag”, *Administrative Science Quarterly*, 29: 392-409.
10. Damanpour, F. ve Gopalakrishnan, S. (1998) “Theories of Organizational Structure and Innovation Adoption: The Role of Environmental Change”, *Journal of Engineering and Technology Management*, 15: 1-24.
11. Damanpour, F. (1996) “Organizational Complexity and Innovation: Developing and Testing Multiple Contingency Models”, *Management Science*, 42(5): 693-716.
12. Dess, G.G. ve Beard, D.W. (1984) “Dimensions of Organizational Task Environments”, *Administrative Science Quarterly*, 29: 52-73.
13. Dess, G.G. ve Origer, N.K. (1987) “Environment, Structure and Consensus in Strategy Formulation: A Conceptual Integration”, *Academy of Management Review*, 12(2): 313-330.
14. Dev, C.S. ve Brown, J.R. (1995) “Measuring Environmental Uncertainty”, *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 5(2): 219-247.
15. Erdil, S., Erdil, O. ve Keskin, H. (2003) “The Relationships Between Market Orientation, Firm Innovativeness and Innovation Performance”, *Global Business and Technology Association*, 8-12 Haziran, Budapeşte, Macaristan: 396-403.
16. Ettlie, J.E. (1983) “Organizational Policy and Innovation Among Suppliers to the Food Processing Sector”, *Academy of Management Journal*, 26(1): 27-44.
17. Floyd, S.W. ve Zahra, S.A. (1990) “The Effect of Fit Between Competitve Strategy and IT Adoption on Organizational Performance in Small Banks”, *Technology Analysis&Strategic Management*, 2(4): 357-372.
18. Fuentes, M.M., Albacete-Saez, C.A. ve Llorens-Montes, F.J. (2004) “The Impact of Environmental Characteristics on TQM Principles and Organizational Performance”, *Omega*: 1-18.
19. Hoque, Z. (2004) “A Contingency Model of The Association Between Strategy, Environmental Uncertainty and Performance Measurement: Impact on Organizational Performance”, *International Business Review*, 13: 485-502.
20. Huber, G.P., O’Connel, M.J. ve Cummings, L.L. (1975) “Perceived Environmental Uncertainty: Effects of Information and Structure”, *Academy of Management Journal*, 18(4): 725-740.
21. Johannessen, J.A., Olsen, B. ve Olaisen, J. (1997) “Organizing for Innovation”, *Long Range Planning*, 30(1): 96-109.
22. Jones, G.R. (2004) Organizational Theory, Design and Change, Fourth Edition, New Jersey: Pearson Education International.
23. Keats, B.W. ve Hitt, M.A. (1988) “A Causal Model of Linkages Among Environmental Dimensions, Macro Organizational Characteristics and Performance”, *The Academy of Management Journal*, 31(3): 570-598.
24. McArthur , A. ve Nystrom, P. (1991) “Environmental Dynamism, Complexity and Munificence as Moderators of Strategy Performance Relationships”, *Journal of Business Research*, 23: 349-361.
25. Miller, D. (1987) “The Structural and Environmental Correlates of Business Strategy”, *Strategic Management Journal*, 8: 55-76.
26. Milliken, F.J. (1987) “Three Types of Perceived Uncertainty About The Environment: State, Effect and Response Uncertainty”, *Academy of Management Review*, 12(1): 133-143.
27. Mintzberg, H. (1979) The Structuring of Organizations, New Jersey: Englewood Cliffs, Prentice Hall.

28. O'Regan, N. ve Ghobadien, A. (2005) "Innovation in SMEs: The Impact of Strategic Orientation and Environmental Perceptions", *International Journal of Productivity and Performance Management*, 54(2): 81-97.
29. Stanwick, P.A. ve Pleshko, L.P. (1995) "Relationships of Environmental Characteristics, Formalized Planning and Organizational Design to Performance", *The International Journal of Organizational Analysis*, 3(2): 175-197.
30. Sutcliffe, K.M. ve Huber, G.P. (1998) "Firm and Industry as Determinants of Executive Perceptions of The Environment", *Strategic Management Journal*, 19(8): 793-807.
31. Thong, J.Y.L. (1999) "An Integrated Model of Information Systems Adoption in Small Businesses", *Journal of Management Information Systems*, 15(4): 187-214.
32. Turban, E., McLean, E. ve Wetherbe, J. (1999) Information Technology for Management, 2nd Ed., New York: John Wiley & Sons Inc.
33. Van Gils, A., Woordeckers, W. ve Heuvel, J.V.D. (2004) "Environmental Uncertainty and Strategic Behavior in Belgian Family Firms", *European Management Journal*, 22(5): 588-595.
34. Wang, E.T.G. (2001) "Linking Organizational Context with Structure: A Preliminary Investigation of The Information Processing View", *Omega*, 29: 429-443.



33.

KKP SİSTEMİ KURULUM SÜRECİ

Dr. Yaşar AKÇA*

ÖZET

İşletmeler, yoğun bilgisayar teknolojisi yatırımları yapmaktadır. Büyük ilgi çeken, özellikle büyük işletmelerin yanısıra küçük ve orta büyüklükteki ölçekli işletmelerde de çok kullanılan yönetim enformasyon sistemlerinden biri, kurumsal kaynak planlaması (KKP) sistemi yazılımlarıdır. Kurumsal kaynak planlaması kavramı ise gerçek zamanlı planlama, üretim, müşteri yönetimi, kaynakların yönetimi, kalite kontrol, aktif yönetimi, dağıtım, satış, elektronik ticaret, tedarik zinciri yönetimi, otomasyon ve entegrasyon kolaylıklarıyla organizasyona tek enformasyon teknolojisi mimarisi sunan yazılım sistemi paketini ifade etmektedir. İşletme faaliyetlerinde maliyetlerin azaltılması, hızlı uygulama ve yüksek sistem kalitesi gibi kronik sistem dizayn problemleri için KKP sistemi yenilikçi bir çözüm sunmaktadır. Diğer işletmelerle rekabette olmazsa olmaz niteliktedir. Organizasyona omurga ve dijital sinir sistemi işlevi sağlamaktadır. Bu çalışmanın hedeflediği katkı; bir yönetim enformasyon teknolojisi yeniliği olan KKP sisteminin işletmeye kurulum sürecini açıklamaktır. Ayrıca KKP sistemi uygulama sürecinde karşılaşılan güçlükler tanımlanmıştır. KKP projelerinin uygulanmasında alışılmadık şekilde yüksek oranlarda başarısızlıklar rapor edilmektedir. Dolayısıyla KKP sistemini uygulayan işletme için ya rekabetçi avantaj oluşturmakta yada büyük miktarlarda paranın boşa

***Associate Professor, Bartın University, Faculty of Economics and Administrative Sciences**

harcanması gibi yararsız bir uğraş haline gelmektedir. Hatta firma için iflasa yol açarak ölümcül bile olabilmektedir. Dolayısıyla KKP sistemlerinin başarısı kurulumla belirlendiğinden, KKP kurulumu üzerinde dikkatli çalışılması ve iyi yönetilmesi gereken bir süreçtir. Kurulumda yaşanacak başarısızlık pahalı bir tecrübe olarak işletme hafızasına kazınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Kaynak Planlaması, Sistem Kurulum Süreci, Sistemsel Riskler.

GİRİŞ

KKP yazılımları, bilgisayar yazılım endüstrisi içinde en hızlı büyüyen ürünlerden biridir. KKP çözümleri organizasyonların mal ve hizmet üretiminde yeni bir yol olmuştur. Bugün pek çok firma KKP sistemi yazılımlarını satın alarak enformasyon teknolojilerini yükseltmekte, dikkate değer faydalar elde etmektedirler.

Sheu ve arkadaşlarının (2004: 362) ifadesiyle diğer işletmelerle rekabette "olmazsa olmaz" bir sistem olmuştur. Mabert ve arkadaşlarına (2001: 76) göre ise KKP, organizasyona omurga veya dijital sinir sistemi işlevi sağlamaktadır.

KKP sistemleri üç element içinde varlığını inşa etmiştir. Bunlar:

1) Sistemi oluşturan bir tane merkezi veri tabanı,

2) Veri tabanı içinde verilerin biriktirilmesini sağlayan uygulama modülleri ve

3) Kullanıcılar için uygulama modüllerinden enformasyon üretimi.

KKP sistemlerinin kurulumunda yaşanacak başarısızlık yavaş uygulamaya yol açacak, yararların çoğunu masada bırakacaktır (Bingi ve arkadaşları, 1999). Pahalı bir tecrübe olarak işletme hafızasına kazınacaktır (Pınar ve Erdem, 2002: 9).

KKP Kurulum Sürecinde Karşılaşılan Problemler

KKP kurulumu sürecinde işletmelerin karşılaştıkları başlıca problemler şu başlıklar altında özetlenebilir:

1) KKP sistemleri yüksek maliyetlidir. Uygulanacak modüllerin/fonksiyonların sayısı arttıkça, yazılımın satın alma maliyeti artar (Somers ve arkadaşları, 2003: 598).
2) KKP sistemleri komplekstir (Petroni ve Rizzi, 2001: 145). KKP sistemlerinin karmaşık olduğu algısı yaygındır. Dolayısıyla KKP kurulumu, uzun bir zaman gerektirir.
3) Kullanıcı eğitimi, büyük paralar gerektirir (Bingi ve arkadaşları, 2001: 434). Buna ilave olarak yazılımın kurulumu esnasında danışmanlık firmalarından alınan hizmetler maliyeti artırır (Nah ve arkadaşları, 2001: 286).
4) Yazılımın uyarlanmasındaki problemler teknik uyumsuzluğu oluşturur. Organizasyonun KKP programı üzerinde yaptığı özelleştirmelerin derecesi arttıkça, uygulama maliyetleri yükselir (Bingi ve arkadaşları, 2001: 434).
5) Organizasyonel değişime karşı kullanıcı direnci, önemli bir konudur (Petroni ve Rizzi, 2001: 146).

KKP Sistemlerinin İşletmeye Faydaları

KKP sisteminin kullanımı çeşitli rekabetçi avantajlar sağlar. Özellikle; verimlilik artışı, kalite iyileştirme, rekabetçiliği artırma, hizmet artışı, maliyet tasarrufu amaçlarıyla kullanılmaktadır (Hartman ve arkadaşları, 2002, s.929). Ayrıca işletmelerin pazarlarını geliştirmelerine, satış ve kârlılığı artırmalarına yardım etmektedir. Karar verme sürecini iyileştirmekte, işgörenlerin daha verimli kullanılmasında faydalar sağlamaktadır.

KKP sisteminin işletmeye faydaları şu noktalarda ortaya çıkmaktadır. Bunlar:

1. İç ve dış enformasyon kaynaklarından hızlı, doğru, zamanında enformasyon sağlar. Mevcut ve muhtemel fırsatlar, problemler tanımlanır. İsabetli kararların verilmesi, maliyetlerin azaltılması mümkündür (Hunton, ve arkadaşları, 2003, s.182). Karar verme sürecinde daha az zaman harcanır.
2. Bütün işgörenler, aynı yazılım platformunu eş zamanlı (simultane) kullandıklarından, organizasyon hiyerarşisi içinde güncel ve daha fazla enformasyona kolayca ulaşılır. Dolayısıyla KKP sistemleri mevcut gerçekleri gösterir.
3. Koordinasyonun iyileştirilmesinde hayati bir rol oynar (Siriginidi, 2000, s.376-377). KKP teknolojisi, iç ve dış süreçler üzerinden haberleşmeyi sağlar. Haberleşme kanallarının maliyeti düşer.
4. Coğrafi yönden, büyük mesafeler boyunca enformasyon transferini hızlandırır, kolaylaştırır ve ucuzlatır (Davenport ve Short, 1990, s.17).
5. KKP Enformasyon teknolojisi organizasyonel hafıza için yapı sağlar (Robey ve arkadaşları, 2000, s.127). Büyük miktarlardaki enformasyon yönetilebilir (Keskin ve arkadaşları, 2003, s.712).
6. Enformasyona erişimde entegrasyon sayesinde (veriler merkezi veritabanından modüllere ulaşır) organizasyonun iş süreçlerini entegre eder, otomasyona bağlar (Nevel ve arkadaşları, 2003). Organizasyonel süreçler için ortak bir görüş sağlar. KKP sistemi fonksiyonel sınırları ortadan kaldırır, yani tüm yazılımlar bir sistemde toplanır. Organizasyondaki bütün sistemler entegre çalışır (Gyampah ve Salam, 2004, s.734).
7. Daha iyi kaynak yönetimi sayesinde faaliyet harcamaları, işletme giderleri azalır. İşletme süreçlerinde iyileşmeler görülür. (Somers ve arkadaşları, 2003).
8. Tedarikçiler ve müşteriler arasında yakın işbirliği ve bilgi iletişimi sağlar. Müşteri tatmininde ve müşteri hizmetlerinde iyileşmeler ortaya çıkar. Zamanında dağıtımda iyileşmeler görülür (Somers ve arkadaşları, 2003).
9. Ticari rakiplerden kaynaklanan baskıya cevap verilir. Değişen pazar koşullarına karşı esneklik kazanılır (Poston ve Grabski, 2001, s.272-273).
10. İşletmenin fabrikaları arasında üretim (malzeme, işçilik, makina) ve dağıtım kaynaklarının ortaklaşa etkin, verimli kullanılmasını sağlar. Bu sayede gereksiz veri ve prosedürler ile birlikte kırtasiyecilik azalır.

Firmaların KKP Uygulama Nedenleri

KKP sistemleri özellikle savunma, havacılık, uzay, finans, eğitim, sigorta, perakendecilik, haberleşme, inşaat, üretim gibi sermaye yoğun endüstrilerde kullanılmaktadır (Chung ve Snyder, 2000, s.24). Firmanın KKP uygulamasına geçmesine neden olan başlıca motivasyon faktörleri şöyle özetlenebilir (Holland ve Light, 1999: 30-36):

(1) Firmanın zayıf performansı,
(2) Yüksek maliyet yapısı,
(3) Müşterilere duyarsızlık,
(4) Kompleks iş süreçleri,
(5) İş süreçlerindeki tutarsızlıklar,
(6) Sistemlerdeki farklılıklar,
(7) Zayıf enformasyon kalitesi,
(8) Eski sistemler,
(9) Büyümenin desteklenememesi.
(10) İşletme sistemlerinin entegrasyonunda görülen eksiklikler,

KKP Sistemi Uygulama Problemleri

KKP sisteminin işletmeye uygulanması, bilgisayar tabanlı enformasyon sistemini kurmak için yönetsel kararla başlayan bir süreçtir ve yeni sistem, organizasyonda kullanıldığında faaliyet tamamlanır.

Başlıca KKP uygulama problemleri şunlardır:

1) **Yönetim Problemleri:** Enformasyon sisteminin uygulama süreci iyi anlaşılmamıştır. Yönetim problemlerinin merkezinde zayıf planlama, organizasyonun farklı bölümleri arasında işbirliği yokluğu ve gerekenleri yapmada gecikmeler söz konusudur. Yönetim, uygulama görevinin önemini kavrayamamıştır.
2) **Teknik Problemler:** Teknik problemler beş kategori içinde sınıflandırılmıştır: Sistemlerin dizaynı, kapasite planlama, veri tabanı yapısı, envanter seviyelerinin yönetimi ve zaman planlamadır.
3) **İnsan problemleri:** İnsan problemlerine haberleşme, sistem eğitimi, kullanıcı katılımı, sistemin kabulü girer. Uygulama esnasında organizasyonel değişim ihtiyacı tahmin edilememiştir ve buna yönelik çalışmalar yapılmamıştır.

KKP Sistemlerinin Genel Özellikleri

KKP sistemlerinin başlıca genel özellikleri şunlardır (Fitzgerald, 1992, s.291-297):

1. **Entegrasyon:** Entegrasyon ancak faaliyetleri destekleyen bilginin entegre edilmesi ve ulaşılabilir hale gelmesiyle mümkündür. KKP sistemleri üretim, planlama, satın alma, envanter yönetimi, finans, insan kaynakları gibi fonksiyonları ve iş süreçlerini bütünleştirir.
2. **Fonksiyonellik:** KKP sistemleri standart işletme fonksiyonları ile birlikte uygulanır.

3. **Modülerlik ve Esneklik:** İşletmenin fonksiyonları gruplandırılarak modül denilen KKP sisteminin parçalarında yürütülür. İşletmeler çok çeşitli fonksiyonları temsil eden modüllerden istediklerini tek başlarına kullanabilirler. İhtiyaç doğrultusunda modüller birlikte de kullanılabilir.
4. **Çok yerden işletme imkânı:** KKP sistemleri kullanılarak farklı bölgelerde bulunan fabrikalar ve iş süreçleri birleştirilebilir.
5. **Bilgiye hızlı erişim:** Ortak veri tabanı sayesinde her bölüm birbirine bağlandığından bölümler arasındaki duvarlar kaldırılmaktadır. Her çalışan doğru bilgiye, doğru zamanda, hızlı biçimde ulaşabilir.
6. **Yeniden yapılanma:** KKP işletmenin temel iş süreçlerini yeniden tasarlayarak performansı artırır.
7. **Evrensellik:** İşletmeler evrensel değişim ve teknolojik gelimeleri yazılımlarına ekleyebilirler.

KKP Uygulama Süreci

KKP sisteminin işletmeye uygulanması dört aşamada gerçekleşmektedir (Bayraktar ve Efe, 2000: 93). Bunlar:

1) Planlama aşaması
2) Proje aşaması
3) Canlı kullanım aşaması
4) İlerleme aşaması

Planlama aşamasında; mevcut iş süreçlerinde gereksinim duyulan unsurlar belirlenir. Bunları karşılayacak KKP yazılımları incelenir. KKP ile işletme süreçleri arasındaki uygunluk değerlendirilir. KKP yazılımı ve danışmanlık firması tespit edilir. İşletmede yaşanan problemler ifade edilir. KKP sistemi kurma gerekçeleri ortaya konulur. Değişime yönelten yenilik baskısının nedenleri; organizasyonel ihtiyaçlardan (çekme/pull), teknolojik yeniliklerden (itme/push), yeni teknolojilerin getirdiği potansiyel fırsatlardan, pazardaki rekabetçi baskıdan veya bütün bunların hepsinin etkisi olabilir. KKP uygulaması sayesinde işletmede; pazar, hizmet, performans, maliyet, ürün etkinliği, güvenilirlik, ürün kalitesi konularında iyileştirmeler yaşanacaktır.

Proje aşamasında proje yöneticisi belirlenir. Proje yöneticisi; sistemin kurulumuna liderlik yapar. İşe hâkimdir. KKP sisteminin kurulumundan elde edilecek faydaları paylaşır. Bu aşamada sistemin fiilen kurulumu gerçekleştirilir. Yazılımın gerektirdiği şekilde işletme süreçleri yeniden tasarlanır. KKP kullanımının gerektirdiği yeni prosedürler için kullanıcı eğitimleri verilir. KKP uygulaması için gereken yatırım kaynakları sağlanır.

Canlı kullanıma geçiş aşamasında KKP sistemi devreye girer. Yeni uygulamalar günlük faaliyetlerde kullanılır. Bu aşamada ortaya çıkabilecek olan kullanıcı ve yazılım sorunları çözümlenir. Yeni sistemin benimsenmesi sağlanır. Organizasyonel prosedürler gözden geçirilir ve geliştirilir (Cooper ve Zmud, 1990, s.124). Teknik değişimler yönetilir. Uygulama

aşamasında, KKP enformasyon teknolojisi, organizasyonun kullanımı için hazırdır.

İlerleme aşamasında, KKP sisteminin yeni versiyonlarına uyumu gerçekleştirilir. KKP sistemi kurulduktan sonra yapılacak olan iyileştirme çalışmaları sayesinde süreçler standartlaştırılır. Süreçlere yeni işlevler ilave edilir. Sürüm yükseltmeleri, bu aşamanın vazgeçilmez unsurlarıdır. İyileştirme alanlarının saptanmasında, birimlerin gereksinimleri, son kullanıcıların sisteme yönelik değerlendirmeleri alınır. KKP yeniliği kabul edildiğinde, işletmeye entegre edildiğinde, sistemin başarılı olduğu düşünülür (Frambach ve Schillewaert, 2002, s.163).

KKP Uygulama Başarısı

KKP sistemlerini adapte eden organizasyonlar başarıyı ölçmek ihtiyacı duymaktadırlar. Ölçülemeyen fayda ve maliyetlerin varlığına bağlı olarak gerçek dünya da enformasyon sistemlerinin performansa katkısını değerlendirmek güçtür (Zhang ve arkadaşları, 2002, s.3). Buna ilaveten KKPyi adapte eden organizasyonun müşterileri, tedarikçileri, yatırımcıları açısından da başarıyı ölçmek zordur. Enformasyon sisteminin başarısı; enformasyon sisteminin kullanımı sayesinde enformasyon sisteminden elde edilecek yararlardır (Ashill ve Jobber, 1999, s.519).

SONUÇ

Modern teknolojinin en son ulaştığı noktada KKP sistemleri bulunmaktadır. KKP teknolojisinin entegrasyonu, işletmenin faaliyetlerini sürdürmesinde hayati bir bileşen haline gelmiştir.

KKP enformasyon sistemine verileri giren ve sistemin çıktılarını kullanan insandır. Dolayısıyla kullanıcı faktörü önemlidir. KKP enformasyon sisteminin kullanıcı dostu olduğu, öğrenilmesinin kolay olduğu, kullanıcıların işlerine olumlu etki edeceği önceden duyurulmalıdır. Dolayısıyla kullanıcıların sisteme yönelik direnç gösterebilecekleri olasılığı daima göz önünde bulundurulmalı ve söz konusu faktörü elimine edecek yönetim uygulamaları gerçekleştirilmelidir.

Yine KKP uygulamasında ve organizasyonun performansında eğitimin taşıdığı önem tartışılmaz bir gerçektir. Eğitim, hem KKP uygulama başarısını ve hem de organizasyonel performansı etkilemektedir. KKP satıcıları, sağlayacakları eğitimlerle işletmelerin yeni sisteme entegrasyonlarını başarıyla gerçekleştirecekleri vurgusunu yapmalıdırlar.

Sonuç olarak işletme yönetimi vakit geçirmeden faaliyet gösterilen endüstride en çok tercih edilen KKP sistemi yazılımını, tercih etmeli ve kullanmalıdır. Böylece organizasyonların hayatta kalabilmelerinde rol oynayan, aynı zamanda çevreleriyle denge sağlayan çevresel değişimlere adapte olabilme yeteneği artacaktır.

KAYNAKÇA

1. Ashill, N.J. ve Jobber, D. (1999) "The Impact of Environmental Uncertainty Perceptions, Decision Maker Characteristics and Work Environment Characteristics on The Perceived Usefulness of Marketing Information Systems (MkIS): A Conceptual Framework", *Journal of Marketing Management*, 15: 519-540.
2. Bayraktar, E. ve Efe, M. (2006). Kurumsal Kaynak Planlaması (Erp) Kurulum Süreci: Kritik Başarı Faktörleri, *Yönetim Bilimleri Dergisi,* 4(2): 91-109.
3. Bingi, P., Sharma, M.K. ve Godla, J.K. (1999) "Critical Issues Affecting an ERP Implementation", *Information Systems Management*, 16(3): 7-14.
4. Chung, S.H. ve Snyder, C.A. (2000) "ERP Adaption: A Technological Evoluation Approach", *International Journal of Agile Management Systems*, 2(1): 24-32.
5. Cooper, R.B. ve Zmud, R.W. (1990) "Information Technology Implementation Research: A Technological Diffusion Approach", *Management Science*, Volume 36(2): 123-139.
6. Davenport, T.H. ve Short, J. (1990) "The New Industrial Engineering: Information Technology and Business Process Redesign", *Sloan Management Review*, 31(4): 11-27.
7. Fitzgerald, A. (1992) "Enterprise Resource Planning (ERP)-Breakthrough or Buzzword?", *Factory 2000:* 291-297.
8. Frambach, R.T. ve Schillewaert, N. (2002) "Organizational Innovation Adoption A Multi-level Framework of Determinants and Opportunities for Future Research", *Journal of Business Research*, 55: 163-176.
9. Gyampah, K.A. ve Salam, A.F. (2004) "An Extension of The Technology Acceptance Model in an ERP Implementation Environment", *Information & Management*, 41: 731-745.
10. Hartman, S.J., Fok, L.Y., Fok, W.M. ve Li, J. (2002) "Relationships Among Quality Management, IS Use and Organizational Performance in The Health Care and Nonhealth Care Setting", *Total Quality Management*, 13(7): 927-943.
11. Hauser, R.D. ve Hebert, F.J. (1992) "Managerial Issues in Expert System Implementation", *Sam Advanced Management Journal:* 10-15.
12. Holland, C.P. ve Light, B. (1999) "A Critical Success Factors Model for ERP Implementation", *IEEE Software Review*, May/June: 30-36.
13. Hunton, J.E., Lippincott, B. ve Reck, J.L. (2003) "Enterprise Resource Planning Systems: Comparing Firm Performance of Adopters and Nonadopters", *International Journal of Accounting Information Sytems,* 4: 165-184.
14. Keskin, H., Zehir, C. ve Eren, Ş. (2003) "The Effect of Information Technologies on Total Quality Management Processes: An Application of The Private Sector Enterprises in Turkey", *Global Business and Technology Association:* 711-718.
15. Mabert, V.A., Soni, A. ve Venkataramanan, M.A. (2001) "Enterprise Resource Planning: Common Myths Versus Evolving Reality", *Business Horizons*, May-June: 69-76.
16. Nah, F.F.H., Lau, J.L.S. ve Kuang, J. (2001) "Critical Factors For Successful Implementation of Enterprise Systems", *Business Process Management Journal*, 7(3): 285-296.
17. Nevell, S., Huang, J.C., Galliers, R.D. ve Pan, S.L. (2003) "Implementing Enterprise Resource Planning and Knowledge Management Systems in Tandem: Fostering Efficiency and Innovation Complementarity", *Information and Organization*, 13: 25-52.
18. Petroni, A. ve Rizzi, A. (2001) "Antecedents of MRP Adoption in Small and Medium Sized Firms", *Benchmarking*, 8(2): 144-156.
19. Pınar, İ. ve Erdem, S.K. (2002) "Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) Kullanıcısı Işletmelerin Memnuniyetlerini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma", *Istanbul Üniversitesi Işletme Fakültesi Dergisi*, Nisan: 1-25.
20. Poston, R. ve Grabski, S. (2001) "Financial Impacts of Enterprise Resource Planning Implementations", *International Journal of Accounting Information Sytems*, 2: 271-294.
21. Robey, D., Boudreau, M.C. ve Rose, G.M. (2000) "Information Technology and Organizational Learning: A Review and Assessment of Research", *Accounting Management & Information Technology*, 10: 125-155.

22. Sheu, C., Chae, B. ve Yang, C.L. (2004) "National Differences and ERP Implementation: Issues and Challenges", *Omega*, 32: 361-371.
23. Siriginidi, S.R. (2000) "Enterprise Resource Planning in Reengineering Business", *Business Process Management Journal*, 6(5): 376-391.
24. Somers, Toni M., Nelson, K. ve Karimi, J. (2003) "Confirmatory Factor Analysis of The End User Computing Satisfaction Instrument: Replication within an ERP Domain", Decision Sciences, 34(3): 595-621.
25. Zhang, L., Lee, M.K.O., Zhang, Z. ve Banerjee, P. (2002) "Critical Success Factors of Enterprise Resource Planning Systems Implementation Success in China", *Proceedings of The 36th Hawaii International Conference on System Sciences*, *IEEE Computer Society*.



34.

Analysis of Turkey's Contribution to the Global Development Agenda in the Context of Development Policies

TÜRKİYE'NİN KÜRESEL KALKINMA GÜNDEMİNE KATKISININ KALKINMA POLİTİKALARI BAĞLAMINDA ANALİZİ

Dr. Yıldız ATMACA*

ÖZET

Kalkınma, hayat standartlarını arttırarak, temel hak ve özgürlükleri güçlendirmeyi ve refah seviyesinin yükseltilmesini amaçlayan önemli bir kavramdır. Güvenilir ve adil bir yaşam ortamını kalıcı hale getirme amacı taşıyan kalkınma, "nitelikli insan" ve "güçlü bir toplum" anlayışına vurgu yapmaktadır. İnsan haklarıyla ilgili uluslararası örgütlerdeki konuları takip ederek yürütülen çalışmaları ülkenin genel menfaati kapsamında değerlendirmektedir. Özellikle, gelişmekte olan ülkelerin sorunlarını küresel gündeme taşıyarak bu sorunlara çözüm önerileri sunmak ve küresel nitelikteki sorunların çözümünde aktif rol almak, kalkınma olgusuna ait temel bir amaçtır. Bu noktada, küresel yönetişimin geliştirilmesine yönelik çabalar sürdürmekte ve taraf ülkelerle yakın bir işbirliği oluşturmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma amaç ve ilkeleri ise sektörel ve tematik belgelere yansıtmak için çalışmaktadır.

***Associate Professor Van Yüzüncü Yıl University, Faculty of Economics and Administrative Sciences**

Bu çalışma, Türkiye'nin küresel kalkınma gündemine olan katkısını ve bu minvalde oluşturduğu kamu politikalarını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Türkiye'nin uluslararası görünürlüğünü arttırabilmek amacı ile uluslararası örgütlerle oluşturduğu faaliyetler bütünü incelenmiştir. İlgili faaliyetler doğrultusunda, oluşturulan kalkınma politikaları değerlendirilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi ve içerik değerlendirmesi kullanılmıştır. Türkiye'nin beş yıllık kalkınma planları çalışmaya önemli bir veri olma özelliği taşımıştır. Çalışma sonucunda Türkiye'nin küresel platformda kalkınma gündemine önemli katkılar sunduğu anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kalkınma, Uluslararası Örgütler, Küresel Gündem, Kalkınma Planları, Türkiye

Abstract

Development is an important concept that aims to strengthen fundamental rights and freedoms and raise the level of welfare by increasing living standards. Aiming to make a safe and fair living environment permanent, development emphasizes the understanding of "qualified people" and "strong society". It evaluates the studies carried out by following the issues in international organizations related to human rights within the scope of the general interest of the country. in particular, bringing the problems of developing countries to the global agenda, offering solutions to these problems and taking an active role in the solution of global problems is a basic goal of development. At this point, efforts to improve global governance continue and form a close cooperation with the participating countries. It works to reflect sustainable development goals and principles in sectoral and thematic documents.

This study aims to analyze Turkey's contribution to the global development agenda and the public policies it has created in this regard. in order to increase Turkey's international visibility, the whole of its activities with international organizations has been examined. in line with the related activities, the development policies created were evaluated. in the study, document analysis and content evaluation, which are qualitative research methods, were used. Turkey's five-year development plans have been an important data for the study. As a result of the study, it has been understood that Turkey has made significant contributions to the development agenda on the global platform.

Keywords: Development, International Organizations, Global Agenda, Development Plans, Turkey

GİRİŞ

Kalkınma, yüzyılın fenomen konuları arasındadır. Ülkelerin gelişmişlik seviyesini ifade ederken kullandığı modernleşme ve iyileşme temelli bir kavramdır. Kalkınma, ekonomik, siyasi, sosyal, idari ve kültürel gibi birçok farklı alanda gelişmişliği ve ilerlemeyi anlatır. Kalkınmanın coğrafi bazlı kümelenmesi ise yerel, bölgesel, ulusal ve küresel olmak üzere dört farklı düzeydedir.

Küresel kalkınma, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerle işbirliği içerisinde uluslararası seviyede bir gelişmişliği belirtmektedir. Gelişmekte olan ülkelere yapılan yardımlar

gerçekleştirilen diplomasiler tamamen küresel kalkınma amaçlıdır.

Bu amaçla bu çalışmada, küresel kalkınma amaçlı Türkiye'de gerçekleştirilen ve hedeflenen kalkınma politikaları ele alınmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde kalkınma olgusuna kavramsal bir açıklama getirilmiş, yerel, ulusal ve bölgesel kalkınmadan bahsedilmiştir. Nihayetinde esas konu olan küresel kalkınma, yeni dönemin küresel gündemi ve binyıl kalkınma hedefleri ele alınmıştır. Çalışma sonunda, Türkiye'de Devlet Planlama Teşkilatının kurulması ile beş yıllık kalkınma planları bağlamında ele alınan kalkınma politikaları incelenmiştir. İncelemeler sonucunda Türkiye'de küresel kalkınmaya katkı sunan çok sayıda kamu politikalarının oluşturulduğu ve Türkiye'nin uluslararası görünürlüğünü arttırmak için çok önemli kamu diplomasilerinde bulunduğu, bu doğrultuda da bir takım hedefler oluşturduğu anlaşılmıştır.

Bir Kavram Olarak Kalkınma

II. Dünya savaşından sonra ön plana çıkan bir kavram olan kalkınma, köken itibari ile Antik Yunan dönemine kadar uzamaktadır. Sanayi devriminden önce daha çok iktisadi büyüme anlamını taşıyan kalkınma, sanayi devrimi ile birlikte üretimdeki artış ve sermayedeki birikim olarak ifade edilmeye başlanmıştır (Gündoğdu ve Boyalı, 2018:60)

Kavram olarak "iyileşme" anlamını taşıyan kalkınma, bilimsel çalışmalarda daha çok gelişme, modernleşme ve sanayileşme kavramlarının yerine kullanılmaktadır. Bununla birlikte, küreselleşme sürecinin güçlü bir yerel aktör kümesinin aktif katılımı ile gerçekleşebileceğini ifade etmektedir. Bir devletin gelişmişlik seviyesini arttırmasında yerel yönetimlere verilen yetkilerin arttırılması gerektiğinin altını çizmektedir (Zengin vd, 2014: 97).

Ekonomik ve yönetsel yapılanmanın iyileşmesinde oldukça fazla kullanılan bir kavram olarak kalkınma, "Birleşmiş Milletler Kalkınma Fonu (UNDP)", "Dünya Bankası (WB)" ve "Uluslararası Para Fonu (IMF)" gibi önem arz eden uluslararası örgütlerle bir değerlendirmeye alınmaktadır. Çünkü bu örgütler, gelişmekte olan ülkeler için sosyal ve ekonomik kalkınmanın, etkili bir siyasal işleyiş ve birlikte yönetimin temel alındığı bir yönetim ile bir mümkün olabileceğini belirtmektedir (Kapucu ve Gündoğan, 2010: 556).

Kalkınma, yerelde başlamakta bölgede, ulusal seviyede ve son olarak küresel (uluslararası) seviyede gerçekleşmektedir. Bu sebeple, kalkınma yerel kalkınma, bölgesel kalkınma, ulusal kalkınma ve Küresel Kalkınma olarak farklı boyutlarla çeşitlenmektedir. Yerel kalkınma, kalkınmadaki önemli bir aşamayı oluşturmaktadır. Çünkü kalkınmanın tohumunun atıldığı ve filiz vermeye başladığı aşamadır. Yerel kalkınma, yereldeki ekonomik, sosyal, bilimsel ve kültürel anlamdaki gelişmişlik seviyesini arttırabilmeyi amaçlamaktadır. Bu amacına ulaşabilmesi de yereldeki kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının birlikte hareket etmesi ile gerçekleşmektedir.

Yerel Kalkınma

Yerel kalkınma, toplumdaki refah seviyesini arttırabilmek ve ülkelerin ekonomik anlamdaki gelişmişliğini gerçekleştirebilmek için özel sektör, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler ve yerel halkla birlikte bir yönetimi öngörmektedir. Yerel kalkınmadaki amaç, yerel vatandaşın

hayat kalitesini arttırmak ve halkın refah seviyesini yükseltmektir (Aydın ve Yıldırım, 2013: 29). Bununla birlikte, yerelde yeni istihdam fırsatları oluşturmak, dışarıdan yatırım çekebilen ve ekonomik anlamda kendi kendine yetebilen bir düzen oluşturmaktır (Özgürel, 2012: 13-14).

Yerel kalkınma, küreselleşmenin tekil özelliğine karşı çıkarak kalkınmanın yerelden de gerçekleşebileceğini iddia etmektedir. Kalkınmada, yerel dinamik ve imkânların etkili olduğunu ileri sürmektedir. Merkezîleşmenin tersine demokratikleşme ve yerelleşme arasında önemli bir ilişki kurmaktadır (Darıcı, 2007: 219).

2000'li yıllardan sonra yereldeki katılım seviyesini arttıran idari bir takım düzenlemeler yapılmıştır. "Ket konseyleri" ve "yerel günde 21" bu düzenlemelerin en önde gelenleri olarak kabul edilmektedir.

Bölgesel Kalkınma

Bölge temelli kalkınma, Anayasa 'nın 126. Maddesinde belirtilen belli bir hizmeti ifa etmek için birden fazla il bir araya gelebilir şeklindedir. Bu iller, bulundukları bölgedeki ekonomik ve sosyal sorunları minimize etmek ve bölgesel düzensizlikleri azaltmak amacıyla bir araya gelmektedir. Bölgesel bazlı hizmet veren önemli kuruluşlardan biri 2006 yılında kabul edilen kalkınma ajanslarıdır. Kalkınma ajansları; kamu özel sektör ve sivil tolum kuruluşlarının bölgesel ölçekteki sorunları üzerine toplanmakta ve bu minvalde karar almaktadır.

Kalkınma ajanslarına, hazırlanan beş yıllık kalkınma planlarında bölgesel gelişme stratejileri hazırlama ve bu alandaki ilke ve politikaları belirleme hakkı tanınmıştır. Ajanslar ile birlikte kararlar yukarıdan aşağıya değil, aşağıdan yukarıya doğru alınmaya başlanmıştır (Atmaca, 2020:74).

Bölgesel kalkınmada faaliyet gösteren yerel yönetim birimleri seçimle işbaşına gelmektedir. Bu birimler, yerel düzeydeki hizmetlerin yerine getirilmesinden sorumludur. Konu ile ilgili araştırmalar yapmak ve bölgesel bazdaki girişimcilik faaliyetlerini koordine etmek yerel yönetimlerin görevleridir (Brasche,2001:72).

Ulusal Kalkınma

1923-1929 yılları arasındaki "liberal iktisadi gelişme politikası" yerini planlı bir sanayileşmeye dayalı "devletçilik politikası" na bırakmıştır. Devletçilik politikası, kalkınma sürecinde devlet endeksli bir kalkınmayı öngörmektedir. Sanayi planlaması ile birlikte, "Kamu İktisadi Teşebbüsleri" ulusal kalkınmanın ekonomi tabanlı boyutunda önemli bir rol üstlenmiştir 1929 yılı sonrasındaki Keynesyen yaklaşımı, kalkınma literatüründe ulusal kalkınmacılığın başladığı nokta olarak kabul edilmektedir (Sadioğlu ve Öktem, 2011;53).

Ulus devlet yaklaşımının benimsetilmesi gerekmektedir. Kültürel ve yönetsel değerler, yerli ve milli kanaatler ulusal kalkınmanın gelişmesinde rol oynayan önemli faktörlerdir. Ulusal değerlerin korunması uluslararası platformdaki kalkınmanın gerçekleşmesinde etki oluşturacaktır.

Küresel Kalkınma

Uluslararası örgütlerin rolünün büyük olduğu sosyo-ekonomik gelişmişliği ifade eden küresel kalkınma, ulusal kalkınmışlığın bir üst aşamasını belirtmektedir. Küresel kalkınma, devletlerin uluslararası seviyede birbirinden farklı ekonomik veya toplumsal gelişme düzeylerine sahip olduğu anlayışını ifade eden geniş kapsamlı bir kavram olarak tarif edilmektedir.

Yeni Küresel Gündem

Sürdürülebilir kalkınma ilkeleri bağlamında dünyanın bugünkü gündemini; iklim değişikliği ile yoksullukla ve gelir adaletsizliği ile mücadele, sağlık hizmetlerinin kalitesini arttırma, güvenli gıda ve enerji kaynakları ile cinsiyet temelli ayrımın son bulduğu, onurlu bir yaşama ilişkin iyileştirmeler almaktadır. Bu iyileştirmelerin etkili ve verimli bir şekilde işleyebilmesi için de küresel işbirliklerinin gerçekleşmesi gerekmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2012).

2000 yılında toplanan Birleşmiş Milletler Genel Kurulu, küresel düzeyde insan onuru, dünya toplumlarının ortak sorumluluğudur. 2015 yılına dek dünyada hem sosyal hem çevresel hem de ekonomik şartlarda gelişme sağlanması hususunda bir fikir birliğine gidilmiş ve Binyıl Bildirgesi ilan edilmiştir. Bu bildirgede sekiz tane önemli “Binyıl Kalkınma Hedefi” tespit edilmiştir. Bu hedefler şu halde sıralanmıştır (Peşkircioğlu, 2016);

- İlköğretimi evrensel bir seviyeye taşımak.
- Aşırı yoksulluğu ortadan kaldırmak.
- Kadın-erkek arasındaki eşitliği sağlamak.
- Anne sağlığını düşünmek ve iyileştirmek.
- HIV/AIDS, sıtma benzeri hastalıklarla mücadele yöntemleri geliştirmek.
- Artan çocuk ölümlerinin sayısını azaltmak.
- Kalkınmada küresel bir ortaklık geliştirmek.
- Çevresel sürdürülebilirliği sağlamaya çalışmak.

Türkiye’nin Küresel Kalkınmaya Katkısı

Türkiye’de kalkınma politikaları planlı dönem öncesi ve sonrası kapsamda ele alınmaktadır. Devlet Planlama Teşkilatının 1960 yılında kurulması sonrasındaki süreç planlı dönem sonrası olarak kabul edilmektedir. Planlı dönemde Türkiye kalkınma politikalarını beş yıllık kalkınma politikaları kapsamında değerlendirmektedir.

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile birlikte Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığına bağlı olarak faaliyet gösteren planlar, 2019 yılında hazırlanan 2019-2023 on birinci Kalkınma Planı ile Türkiye’nin küresel kalkınmaya katkısı ve görünürlük seviyesinin arttırılması hususunu, amaç ve politikalar bağlamında ele almıştır. Planda, gelişmekte olan ülkelerin sorunlarının gündeme taşınması ve sorunların çözümü konusunda aktif bir rol oynama amacının altı çizilerek belirtilmiştir.

11. Kalkınma Planında ele alınan kamu politikaları şu halde özetlenmiştir (Kalkınma Planı, 2019);

- BM ve OECD gibi uluslararası platformlarda küresel gündemdeki problemler üzerine girişimlerde bulunulacak, uluslararası kuruluşların bölgesel ofislerine ev sahipliği yapılarak ikili işbirlikleri yürütülecektir. Gelişmekte olan ülkelerin kalkınma sorunlarının uluslararası platformlarda gündeme alınması üzerine yoğun çalışmalar yapılacaktır.
- Küresel ekonomik yönetişim anlayışının iyileştirilmesine yönelik çalışmalar sürdürülecek ve taraf ülkelerle yakın işbirliği içinde olarak uyum sağlanacaktır.
- En az gelişmiş ülkelerin karşı karşıya olduğu sorunların, İstanbul Eylem Planı çerçevesinde gündemde tutulması için çaba gösterilecektir.
- Başta Birleşmiş Milletler olmak üzere ve diğer uluslararası kuruluşlar perspektifinde İslam dünyasının Kudüs gibi ortak meselelerinin takibine devam edilecektir.
- Küresel ekonomik sistem bağlamında yükselen ekonomilerle ilişkilerin artırılmasına yönelik stratejik programlar geliştirilecektir. Türkiye için ekonomik ve ticari anlamda öncelikli olabilecek durumlar üzerine ülke stratejileri oluşturulacaktır.
- Türk yükseköğretiminin çekim merkezi haline gelmesi için orta ve uzun vadeli stratejiler geliştirilecektir. Gerek lisans gerekse lisansüstü programlara yerleştirmeler, öncelikli ülkelere yönelik gerekli ihtiyaç tespitleri sonrasında gerçekleştirilecektir. Bununla birlikte Türkiye burs programı oluşturularak nitelikli iş gücü tespit edilecek ve bu tespit sonrasındaki öğrencilerin Türkiye'de çalışma izni kolaylaştırılacaktır.

Türkiye, küresel gündemde uluslararası görünürlüğünün artırmayı ve imajının güçlendirmeyi hedeflemektedir. Bu sebeple, kültür ve kamu diplomasisi çalışmalarını yoğunlaştırarak hem ulusal hem de uluslararası alanda gerçekleştirdiği tezleri ve politika tercihlerini etkili ve stratejik iletişim teknikleri kullanılarak uluslararası kamuoyuna etkili bir şekilde aktarmaya çalışacaktır. Bu kapsamda:

- Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi hazırlanarak kamu diplomasisi faaliyetleri ilgili bütün kurum ve kuruluşlarla uyum içerisinde yürütülecektir.
- Geleneksel ve medya araçlarıyla kamu diplomasisi faaliyetleri yürütülecektir. Uluslararası platformda yankı uyandıracak konferans ve seminer gibi etkinlikler vasıtasıyla Türkiye tanıtılacaktır.
- Türkiye hakkındaki olumlu veya olumsuz bütün propagandalar yakından izlenip, değerlendirilecek bu bağlamda karar vericilere etkin bir şekilde bilgilendirme yapılacaktır. Kara propagandalar incelenerek nitelikli yayınların çıkarılması için çalışılacak.
- Kriz yaşayan ülkelerin acil durumlardaki mücadele kapasitesi artırılarak bu ülkelere acil ve insani yardımlar sağlanacak ve ülkelerin kapasite geliştirme programları hayata geçirilmiş olacaktır.
- Kalkınmanın finansmanı ve özel sektörün kalkınmadaki etkisinin arttırılmasına yönelik gösterilen çabalara destek olarak finans kaynaklarını daha da çekebilmek için gerekli

yasal ve kurumsal alt yapıyı oluşturmaya çalışacaktır. Teknolojik ve yeniliğe açık aktif girişimcilerin desteklenmesi için finansal ve yasal düzenlemeler gerçekleştirecektir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kalkınma, yönetimde salt büyümeden çok toplumsal ve kültürel anlamda bir gelişmişliği de göz önünde bulunduran, katılımcı, eşit ve insan odaklı bir yaklaşım olma özelliğini taşımaktadır. Kalkınma, yerel, bölgesel, ulusal ve küresel kalkınma olmak üzere farklı boyutları ile çeşitlenmektedir. Bu çeşitlenme temelde, birbirlerinden ayrılmayan bütünleşik bir süreci ifade etmektedir. Çünkü bir kalkınma yerelde başlamakta, bölgede sürmekte ulusal bir seviyede gelişmede ve küresel bir seviyede genişlemededir. Küresel kalkınma ile uluslararası platforma ses getirme ve ekonomik gelişimi sağlayacak faktörler üzerine odaklanmaktadır. Özellikle uluslararası örgütler (BM, AB, DB gibi) küresel kalkınma sürecinde etkili bir rol oynamaktadır.

Türkiye, küresel kalkınma politikalarında hem kendi gelişmişlik seviyesini arttıracak hem de uluslararası platformda ses getirecek kamu politikaları oluşturmaya çalışmıştır. Sürdürülebilir kalkınma ilkeleri bağlamında hareket etmeye öncelik gösterilmiştir. Geliştirmede çalıştığı politikalarda, müşterek nitelikteki (eğitim, sağlık, itibar yönetimi gibi) ihtiyaçlar göz önünde bulundurulmuştur.

Türkiye, çok taraflı platformlarda küresel ekonomik yönetişimin iyileştirilmesine dönük aktif olmak için çalışmıştır. Ancak karşılıklı yapılan görüşmelerin yansıtılmaması bu çalışmaların etkinlik ve verimlilik boyutunun kamu ile paylaşılmaması küresel kalkınma çalışmalarında girişimcilik yönünü sorgulatmıştır. Bu sebeple, yönetimde şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerinin etkin bir şekilde kullanılması, kalkınma politikalarının amaçlarına ulaşmasını kolaylaştıracak ve daha verimli hedef ve politikaların oluşturulmasına zemin hazırlayacaktır.

KAYNAKÇA

1. Atmaca, Y. (2020).”Kalkınma Ajanslarının Yerel Kalkınma Politikalarına Katkısı Üzerine Bir Değerlendirme”, Kamu Yönetimi ve Politikaları Dergisi, 1(2), 66-81.
2. Aydın, İ. H., Yıldırım, H. (2013). “Kırsal Kalkınmanın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Yerel Aktörler: Bölgesel Kalkınma Ajansları-Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu”, Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 4, s. 28-42.
3. Brasche, U. (2001), Avrupa Birliği’nin Bölgesel Politikası ve Türkiye’nin Uyumu, Ed. Cansevdi, Hürrem, İktisadi Kalkınma Vakfı Yay., İstanbul.
4. Darıcı, B. (2007), “Yerel Kalkınmada Küresel Yaklaşımlar ve Türkiye’nin Konumu”, Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, s.215-221.
5. Gündoğdu, S. Boyalı, H. (2018), Yerel Kalkınmada Yerel Yönetimlerin Rolü, (Ed.Mustafa Talas, Erdem Hilal), Sivil Toplum, Siyasal Sistem ve Siyasal Yönetim, İKSAD yayın
6. Kalkınma Bakanlığı (2012).Türkiye’de Sürdürülebilir Kalkınma Raporu: Geleceği Sahiplenmek, Haziran, Ankara.
7. Kalkınma Planı (2019), on Birinci Kalkınma Planı, Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Temmuz, Ankara
8. Kapucu, N, Gündoğan E.(2010), “Yönetişim, Ekonomik Kalkınma ve Demokrasi”, M. A.Çukurçayır, H. T. Eroğlu, H.Eşki Uğuz (Ed). Yönetişim: Kavram, Kuram ve Boyutlar (553-584), Çizgi, Konya.
9. Özgürel, G. (2012). Tunceli ilinin Kalkınmasında Turizmin Değerlendirilmesi: Yerel Kurum Yöneticileri Boyutuyla Bir Araştırma, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir 80 Üniversitesi, SBE, Balıkesir.

10. Peşkircioğlu, N. (2016), "2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, Küresel Verimlilik Hareketine Doğru", Anahtar Dergisi, Kasım
11. Sadioğlu, U. ÖKTEM, M. (2011), "Ulusal Kalkınma Sorunsalı Açısından Türkiye'de Kamu Yönetiminin Rolü ve Önemi", Sosyoekonomi, 16(16).
12. Zengin, E., Başkurt, M., Es, M. (2014), "Yerel Yönetimler ve Yerel Kalkınma", Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3(2), 95-124.



35.

ENDÜSTRİ 4.0 VE İNSAN KAYNAKLARI KONULU ÇALIŞMALARA YÖNELİK BİR İÇERİK ANALİZİ

A CONTENT ANALYSIS OF STUDIES ON INDUSTRY 4.0 AND HUMAN RESOURCES

Yıldız TENTERİZ*
Dr. Emre BİLGİN SARI**

ÖZET

Teknolojide son yıllarda yaşanan gelişmelerin neden olduğu etkiler dünyanın içinde bulunduğu dijital çağ ile açıklanmaktadır. Toplumun dijital dönüşüm ile karşı kaşıya kaldığı bu dönemde Endüstri 4.0 kavramı ortaya çıkmış ve işletmelerin faaliyetlerinde Endüstri 4.0 araç ve tekniklerinin kullanımına ağırlık vermeleri ile bu kavram günden güne yaygınlaşmıştır. Endüstri 4.0 ve dijital dönüşüm günümüzün en önemli konularından birisidir ve bu konu tüm iş birimlerini, sektörleri, ülkeleri ve insanların iletişimini etkilemeye devam etmektedir. Endüstri 4.0'ın beraberinde getirdiği avantajlar ve dezavantajlar kurum, kuruluş ve insanlar tarafından tartışılmaya devam ederken ileri teknolojinin etkisinin farkında olmak ve buna uygun planlar yapmak tüm insanların ve organizasyonların temel sorumluluğundadır. İnsan kaynakları, kurum ve kuruluşların dış ve iç müşteri için en önemli temsil yüzlerinden birisidir. İnsan kaynakları departmanlarının temel amaçlarından biri olan bilgiyi yönetmek ancak teknoloji ile verimli,

***Ph.D. Student, Dokuz Eylül University**

****Associate Professor, Dokuz Eylül University, Faculty of Economics and Administrative Sciences**

hızlı ve güvenli hale gelmektedir. İçinde olduğumuz dijital çağ işletmelerin insan kaynakları uygulamalarını da dönüştürmektedir. Bu dönüşüm dahilinde, Endüstri 4.0 ve insan kaynakları alanlarındaki yeni dinamikleri anlayabilmek ve yorumlayabilmek için her iki konuyla ile ilgili yapılmış bilimsel yayınların incelenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu ihtiyaçtan hareketle, bu çalışmada Endüstri 4.0 ve insan kaynakları üzerine yapılan ve Dergipark veritabanında yayınlanmış Türkçe makalelerin içerik analizi yapılmaktadır. Çalışma kapsamında incelemeye alınan makalelerin yayın zamanlarının, araştırma yöntemlerinin, veri toplama araçlarının, yazar sayılarının, amaçlarının ve anahtar kelimelerinin bir sistematik dahilinde belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında 2017-2021 yılları arasında Dergipark veritabanında yayınlanmış olan 36 çalışma içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu çalışma, Endüstri 4.0 ve insan kaynakları kavramlarını birlikte ele alan makalelerin incelenmesi ve yapılan araştırmaların eğilimlerinin ortaya çıkarılması açısından güncel anlamda araştırmacıları yönlendirebilecek nitelikte olmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Endüstri 4.0, dijitalleşme, dijital dönüşüm, insan kaynakları, içerik analizi

Abstract

The effects caused by the developments in technology in recent years are explained by the digital age in which the world is located. in this period when my society was faced with digital transformation, the concept of Industry 4.0 emerged and this concept became widespread day by day as businesses focused on the use of Industry 4.0 tools and techniques in their activities. Industry 4.0 and digital transformation are one of the most important issues of today, and this issue continues to affect all business units, sectors, countries and people's communication. While the advantages and disadvantages brought by Industry 4.0 continue to be discussed by institutions, organizations and people, it is the basic responsibility of all people and organizations to be aware of the impact of advanced technology and to make plans accordingly. Human resources is one of the most important representations of institutions and organizations for external and internal customers. Managing information, which is one of the main purposes of human resources departments, becomes efficient, fast and secure with technology. The digital age we are in is also transforming the human resources practices of businesses. Within this transformation, there is a need to examine scientific publications on both subjects in order to understand and interpret the new dynamics in the fields of Industry 4.0 and human resources. Based on this need, in this study, content analysis of Turkish articles on Industry 4.0 and human resources and published in the Dergipark database is carried out. It is aimed to determine the publication times, research methods, data collection tools, number of authors, aims and keywords of the articles examined within the scope of the study in a systematic manner. Within the scope of the research, 36 studies published in the Dergipark database between 2017-2021 were subjected to content analysis. This study aims to be able to guide researchers in the current sense in terms of examining the articles that deal with the concepts of Industry 4.0 and human resources together and revealing the trends of the researches.

Keywords: Industry 4.0, digitalization, digital transformation,

GİRİŞ

Teknolojide meydana gelen gelişmelerin neden olduğu etkiler son dönemde dünyanın içinde bulunduğu dijital çağ ile açıklanmaktadır. Toplumun dijital dönüşüm ile karşı kaşıya kaldığı bu dönemde Endüstri 4.0 kavramı ortaya çıkmış ve işletmelerin faaliyetlerinde Endüstri 4.0 araç ve tekniklerinin kullanımına ağırlık vermeleri ile bu kavram günden güne yaygınlaşmıştır. Dijital çağın işletmelere yansıması Endüstri 4.0 ile açıklanırken bu yansımalar ekonomik düzen içinde üretim faktörlerinin de yeniden ele alınmasına neden olmaktadır.

Öncelikle dijitalleşme ile ilgili son teknolojiler, ekonominin bazı endüstrilerinin ve sektörlerinin durumunu etkilemektedir. Teknolojik gelişmelerin kilit önemi tartışılmaz olsa da çoğunlukla ekonominin olgunluk derecesi, yatırım fırsatları ve yenilik kültürü ile ilişkili olarak farklı bir hızda gerçekleşmektedir. Endüstri 4.0 bu bağlamda ekonomik düzen içinde öncelikli olarak insanların işi ile makinelerin işi arasındaki farkları belirlemeye odaklanmaktadır. Birinci sanayi devrimi fabrikaların işleyişini iyileştirmiş, ikinci sanayi devrimi endüstriye elektriği getirmiş ve üçüncü sanayi devrimi hat çalışanlarının tek tip görevlerini otomatikleştirmiştir. Son dördüncü sanayi devrimi ise bilgi yönetimini ve karar vermeyi iyileştirmiştir (Ślusarczyk, 2018: 232). Endüstri 4.0, dördüncü sanayi devrimi açıklamakta ve bazı küresel zorluklarla başa çıkabilmek amacıyla endüstriyi geliştirmek için ortaya çıkan teknik ilerlemeyi içermektedir (Wang vd., 2016: 2).

Geçmişteki diğer sanayi devrimlerine benzer şekilde Endüstri 4.0'da öncelikli olarak üretim esaslı olarak ortaya çıksa da etkilerinin sadece üretim alanına yansımayacağı tahmin edilmektedir. Dijitalleşmenin ve onun desteklediği sistemlerin üretimden pazarlamaya kadar tüm işletme fonksiyonlarını etkilediği bilinmektedir. Bu nedenle sürecin sadece işletme düzeyinde değil daha geniş bir alanı etkileyeceğini ifade etmek mümkündür. İktisadi büyüme, eğitim, girişimcilik, istihdam, yatırım ortamı gibi makro düzeydeki konular bu noktada örnek olarak verilebilmektedir (Soylu, 2018: 44).

Örgütlerin, Endüstri 4.0 ile ilgili gelişmelere uyum sağlayabilmeleri için sadece dijital dönüşümün amacını anlamaları değil aynı zamanda da çalışanların yaşanan değişikliklere karşı uygun olacak biçimde davranmasına yardımcı olmaları gerekmektedir. Bu doğrultuda örgütlere insan kaynakları rolünün önem arz ettiği belirtilerek söz konusu dönüşüme kolaylıkla uyum sağlanabilmesi açısından İK politikalarının yeniden düzenlenmesi tavsiye edilmektedir (Türkel ve Yeşilkuş, 2020: 342). İşlerin ve yetkinliklerin hızla dönüşmesi gerekliliği sonucunda insanın, akıllı fabrikalarda, robotlar ve yapay zeka ile birlikte yeni bir konum alacağı gerçeğinin söz konusu dönüşümde insan kaynakları yönetiminin hem işe alım ve geliştirme işlevleri noktasında hem de değişim yönetiminde üstlenmesi gereken rol açısından daha stratejik ve kritik bir konuma gelmesinin gerekliliği ifade edilebilmektedir (Özer vd., 2018: 769).

Endüstri 4.0 ve insan kaynakları yönetimi üzerindeki etkileri üzerinde araştırma yapılan bu çalışmanın birinci bölümünde Endüstri 4.0 ve insan kaynakları ilişkisine değinilecektir. Çalışmanın kurgusunda ikinci bölüm, literatürde konuyla ilgili olarak yayınlamış çalışmalara

yer vermeyi, üçüncü bölümde araştırmanın amacı ve yöntemine değinmeyi ve sonrasında yapılan içerik analizi bulgularının paylaşılarak yorumlanması yolu izlenecektir.

Endüstri 4.0 ve İnsan Kaynakları İlişkisi

İşletmelerin hayatına teknolojik gelişmelerle birlikte teknolojik yeni kavramlar girmektedir. Endüstri 4.0, dijital, dijitalleşme ve dijital dönüşüm gibi gündeme gelen bu kavramlar merak edilmekte akademik ve uygulamaya yönelik iş hayatında da merak uyandırıp araştırma konusu olmaktadır. Dijital dönüşüm ile birlikte günümüzün en gündem başlığı konularından birisi olan Endüstri 4.0 çok sayıda teknolojinin temelinde yapılanmaktadır. Siber fiziksel sistemler (CPS), büyük veri (Big Data), bulut teknolojileri ve nesnelerin interneti (IoT) gibi birçok paradigmayı (Soylu, 2018; Çiftçioğlu vd., 2019: 32) içerdiği ifade edilen Endüstri 4.0 endüstri işletmeleri başta olmak üzere tüm ekonomik örgütlerde pek çok dönüşümü beraberinde getirmektedir.

Yaşanan dijital dönüşümden birçok alanın etkilenmesi yanında en çok etkilenen alanlardan birisinin de insan kaynakları yönetimi olduğu bilinmektedir.

Dijital teknolojilerin insan kaynakları uygulamalarına entegre edilmesiyle birçok yenilik ortaya çıkmaktadır. İnsan kaynaklarındaki uygulamalara yapay zekaya sahip robotların çalışanların seçiminde ve değerlendirmelerinde kullanılması örnek olarak verilebilir. Böylelikle, iş başvurusu sürecinde karşılaşılan adaylar arasından işletme politika ve beklentilerine uygun adayların belirlenmesi daha hızlı, maliyet ve zaman açısından tasarruflu bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Diğer uygulamalar kapsamında ise bordrolama, çalışan izinleri, raporlama gibi rutin işlerin dijital ortamlarda gerçekleştirilmesiyle maliyet ve zaman tasarrufunun yapılması sağlanmaktadır. Ayrıca insan kaynakları fonksiyonlarından biri olan eğitim geliştirme işlevi online olarak eğitimler düzenlenerek çalışanların gelişimini desteklemekte ve çalışan bağlılığını olumlu yönde etkileyebileceği ifade edilebilmektedir (Kırılmaz, 2020: 198).

Dijital dönüşümle birlikte işletmelerin teknolojinin, iş süreçlerinin ve insan kaynağının mümkün olduğunca verimli şekilde nasıl entegre edilebileceği ile ilgili sorular yanıtlanmaya çalışılmaktadır. Ancak dijital dönüşüm kavramı sadece belirli teknolojilerin işletmeye uygulanmasını ifade etmemektedir. İşletmelerin süreç içeren yeni stratejiler belirlemesi ile organizasyon yapılarını değiştirmesi ve bu değişim sürecinde de insan unsurunun dikkate alınarak altyapının gerekliliği söz konusu olduğu söylenebilmektedir (Tutkunca, 2020: 66). Dijital dönüşümle birlikte çalışma mekânı ve işyeri kavramı konusunda net bir şekilde tanım vermenin zorlaştığı da belirtilebilmektedir. Post endüstriyel dönüşüm, çağrı üzerine çalışma ve iş paylaşımı gibi yeni istihdam biçimlerini getirmekte ve bu dijitalleşme ortamı uzaktan çalışma imkanı sunmaktadır. Dijital dönüşüm aynı zamanda müşteri odaklı düşünme ile örgüt çalışanlarının etkileşim ve yaratıcılık sınırlarını ortadan kaldırmayı amaçlayarak dijital işyeri stratejisi ve çalışanlar arasında iletişimi sağlamaya yönelik dijital çalışma portalı gibi sanal çalışma alanlarını ortaya çıkarmaktadır (Yankın, 2019: 24).

İnovasyon ve öğrenme için buna göre tasarlanması gereken İK uygulamaları, eğitim, personel alımı, performans değerlendirme, ücretlendirme ve iş tasarımı olarak ifade edilebilmektedir.

Endüstri 4.0'da yöneticilerin bu İK uygulamalarını organizasyonda yenilikçiliği ve öğrenmeyi teşvik etme niyetiyle tasarlaması gerekmektedir (Shamim vd., 2016: 5312). Örneğin, akıllı fabrikalarda çalışanların rolü önemli ölçüde değişeceği düşünülmektedir. Giderek artan gerçek zaman odaklı kontrol, iş içeriğini, iş süreçlerini ve çalışma sürecini değiştirecektir. İş organizasyonuna sosyo-teknik bir yaklaşımın uygulanması, çalışanlara daha fazla sorumluluk alma ve kişisel gelişimlerini geliştirme fırsatı sunmaktadır. Bunun mümkün olabilmesi için katılımcı iş tasarımı ve yaşam boyu öğrenme önlemlerinin yaygınlaştırılması ve model referans projelerinin başlatılması gerekecektir. Ayrıca eğitim ve sürekli mesleki gelişim ile Endüstri 4.0, çalışanların iş ve yetkinlik profillerini kökten değiştirecektir. Bu nedenle, uygun eğitim stratejilerini uygulamak ve çalışmayı öğrenmeyi teşvik edecek, yaşam boyu öğrenmeyi mümkün kılacak şekilde organize etmek gerekli olacaktır. Bunun gerçekleştirilebilmesi için model projeler ve "en iyi uygulama ağları" teşvik edilmeli ve dijital öğrenme teknikleri araştırılmalıdır (Kagermann, Wahlster ve Helbig, 2013: 6).

Uygulama açısından iş dünyasında kullanım alanları günden güne yaygınlaşan dijital insan kaynakları çalışmaları ile ilgili akademik çalışmaların yapıldığı literatür incelendiğinde Endüstri 4.0 ve dijitalleşme kapsamında yayınlanan çalışmalarda insan kaynaklarının dijital dönüşüm "İşgücü 4.0" (Sert vd. 2020), "İK 4.0" (Asiltürk 2018; Çiftçioğlu vd., 2019), "Akıllı İK 4.0" (Sivathanu ve Pillai, 2018), "Robotik Kaynaklar Yönetimi" (Şendoğdu, 2020), "Elektronik İnsan Kaynakları" (Bondarouk ve Ruel, 2009), "Dijital İnsan Kaynakları" (Göktaş ve Baysal, 2018) gibi yeni kavramlarla ifade edildiği görülmektedir.

Çalışmada içerik analizi sonucunda Endüstri 4.0 ve insan kaynakları ile ilgili kavramlar ele alınarak yayınlanan çalışmaların çoğunlukla derleme literatür taraması şeklinde yayınlandığı ifade edilebilmektedir. Aşağıda yer verilen Türkçe literatürde yer alan çalışmaların da bu bulguyu desteklediği belirtilebilmektedir.

Endüstri 4.0 ile ilgili araştırmalar zamanla artmıştır ancak yeni iş profillerinin oluşması sonucu personel beklentilerinin de değişebilecek olması hususunda konuyla ilgili çalışmaların neredeyse yok denecek kadar az olduğu ifade edilebilmektedir. Endüstri 4.0 kavramının doğrudan imalatla ilgili olması nedeniyle işgücü 4.0 kavramının yeni dönemle iç içe geçen bir kavram olduğu ve bu alandaki çalışmaların yaygınlaşması gerektiği belirtilebilir (Sert vd., 2020: 200). Endüstri 4.0'ın sadece teknik özelliklerinin değil aynı zamanda beşeri özelliklerinin de göz önünde bulundurularak ölçümlenip ölçüm sonuçlarına uygun stratejilerin belirlenmesi gerekmektedir (Özmen vd., 2019: 516).

Taşköprü (2019) çalışması sonucunda, endüstri 4.0'ın insan kaynakları yönetimi alanını üzerinde etkili olduğunu ve en fazla etkilediği insan kaynakları fonksiyonlarının ise insan kaynakları planlaması, iş analizi ve seçme-yerleştirme fonksiyonlarının olduğu sonucu elde edilmiştir. Birçok alanda dijitalleşmeye olan talep arttığı ve daha fazla rekabet unsuru ortaya çıktığı için endüstri 4.0'ın insan kaynakları yönetimi alanını etkilemeye devam edeceğini belirtmek mümkündür.

Filizöz ve Orhan (2018:114) çalışmalarında, literatürde İ.K.Y. 4.0 kapsamında yapılan çalışmaların, strateji, organizasyon, yönetimde iyileştirme, örgütsel yapı, insan kaynakları, insan kaynakları teknolojileri, insan kaynaklarının işlevleri ve pozisyonları, liderlik tarzı, yenilikçilik, insan kaynakları uygulamaları, iş, yetenek ve yetkinliklerin dönüşmesi şeklinde evrildiğini belirtmişlerdir. Türkiye'de İ.K.Y. 4.0 konusunun yabancı yazına nazaran oldukça az çalışılan bir alan olduğu belirtilebilmektedir. Bunun nedeninin ise kavramın yeni olmasından daha çok tarım, sanayi ve bilgi toplumu olarak izleyen evrimsel sürecin sağlıklı bir şekilde yönetilemeyen toplum konseptinden kaynaklanabileceği belirtilmiştir.

Demirkaya ve Sarpel (2018: 242), çalışmaları sonucu olarak sanal gerçeklik, bulut bilişim ve yapay zekâ konularla ilgili olarak örgütlerde eğitim amaçlı ampirik çalışmalara rastlamadıklarını belirtmişlerdir. Bu durum, yeni teknolojilerin NASA ve Motorola gibi büyük, küresel seviyede olan ve yenilikçi örgütlerde kullanılması ve Türkiye'de ampirik çalışma imkanının bulunmayışı önemli faktör olarak yorumlanmıştır.

İlgili Literatür

Endüstri 4.0 ve insan kaynakları ilişkisi, hem işletme uygulamalaırnda hem de akademik çalışmalarında güncelliğini koruyan ve ilginin her geçen gün arttığı bir konudur. Bu noktadan hareketle bu araştırma kapsamında ilgili literatür araştırması sırasında, çalışmanın konusu kapsamında yerli ve yabancı literatürde yer alan temel çalışmalara değinilmesi yerinde olacaktır. Benzer olarak yapılmış çalışmalar kısaca aşağıdaki gibi özetlenmiştir;

Ekren vd. (2017) çalışmalarında 2012-2017 yılları arasında Web of Science ve Google Scholar da yer alan makalelerin Endüstri 4.0 ile ilgili olarak araştırma trendlerini belirlemeye yönelik incelemişlerdir. Analiz sonucunda, niş alanlar 2015 yılında insan-makine etkileşimi, yönetim sorunları ve mekatronik olduğu elde edilen bulgulardan biridir. Kavramın uygulama alanı olarak belirlenen alanlardan %5'inin insan kaynakları yönetimini de kapsayan yönetim sorunları olduğu belirtilmiştir.

Liao vd. (2017) çalışmalarında 224 makaleyi incelemişlerdir. Araştırmacılar Endüstri 4.0 konusu içindeki akademik makaleleri analiz etmek için sistematik bir literatür taraması gerçekleştirmişlerdir. Yazarlar Endüstri 4.0'ın ilgili özellikleri hakkında bilgi sağlayan özellikleri özellikler kategorisi olarak adlandırarak süreç/eylem perspektifinden, işbirliği grubu içinde insan-makine etkileşimi dahil edilmiştir.

Hecklau vd. (2017), bir meta analiz çalışması yaparak Endüstri 4.0 gerekli gelecekte ihtiyaç duyulacak yetkinlikleri belirlemeyi amaçlamışlardır. Bu sistematik incelemenin temeli olarak uygun kaynak araştırmalarını belirleyip seçebilmek için bir dizi kriter geliştirilmiştir. "Endüstri 4.0", "Dijital Dönüşüm" "iten güçler", "eğilimler", "işler", "beceriler", "bilgi", "nitelikler", "çalışma", "yetenek", "yeterlilik" ve "yetkinlik" gibi kriterleri dahil edilmiştir. Bu sistematik incelemede araştırmacılar, sayısallaştırılmış bir ortamda iş başarısına ulaşmak için kümelenmiş yetkinliklerin kapsamlı bir listesini derlemişlerdir ve Endüstri 4.0'da işletmelerde personel yetkinliklerinin oluşturulması gerekliliği belirlemişlerdir. İyi geliştirilmiş yetkinliklerin önemli hale gelmesi nedeniyle gelecekteki yetkinlik modellemesi ve bir bütün olarak stratejik

yetkinlik yönetimi için dikkate alınmasının önemi ifade edilmektedir. Araştırmada yıkıcı iş ekosistemleri çeviklik ve hız ihtiyacını artırdığından, daha fazla geliştirme ve araştırma faaliyetleri belirli iş yetkinliklerinin esnekleştirilmesine ve entegrasyonuna odaklanılması gerektiği ifade edilmektedir.

Fedorova vd. (2018) araştırmalarında metodolojisi, sosyolojik araştırmalar, anlatı ve içerik analizi yoluyla elde edikleri verileri analizini etmişlerdir. İçerik analizi kısmında bilginin sunulmasıyla ilgili olası endişeler ve emeğin örgütlenmesinde iletişim/dijital teknolojiler ilgili anahtar kelimeler" iş kaybı", "robotizasyon", "mesleklerin yok olması", "işsizlik" olarak belirtilmiştir. Araştırmaları sonucunda yazarlar, dijital teknolojilerin İKY sisteminde uygulama pratiğini genişletmekten kaynaklanan sorunlu konular olduğunu, dijitalleşme süreçlerinin çalışan refahı üzerindeki olumsuz etkisini olumlu etkilerle birlikte kanıtlamaktadır ve bu nedenle, işyerinde refahı korumayı amaçlayan yönetim çözümleri geliştirmeye çalışmışlardır.

Rejikumar vd. (2019) çeşitli ülkelerde Endüstri 4.0 üzerine yapılmış çalışmaların araştırma tekniği, yazar profili ve araştırma ülkesi, çalışmalarda yer alan endüstri 4.0 gibi yönlerden ele alarak inceleme yapmışlardır. Araştırmacılar, 85 makaleyi inceledikleri içerik analizi sonucunda Endüstri 4.0'a en fazla katkının konferanslar aracılığıyla olduğunu sayıca teorik çalışmaların ve literatür taramasının çoğunlukla tercih edildiği bulgusunu elde etmişlerdir.

Yılmaz vd. (2020) çalışmalarında Endüstri 4.0 ile ilgili Türkiye'de yapılmış olan lisansüstü tez çalışmalarının yöntemsel analizini yapmışlardır. Çalışmada sonucunda ikincil kaynaklar, görüşme ve anket yöntemlerinin genellikle yöntemler analiz kısımlarında ise ağırlıklı olarak nitel analiz yöntemlerinin kullanıldığı bulgusu elde etmişlerdir. Endüstri 4.0 ile ilgili olarak ilk çalışmaların mühendislik temelli yapılmasına rağmen lisansüstü tezlerin sosyal bilimler alanında yapılan çalışmaların çoğunlukta olduğunu belirtmişlerdir. İlgili konuda yapılan çalışmaların Türkiye'de 2016 yılından itibaren son 4 yıldır çalışılıyor olduğu bulgusuna vurgu yapılmıştır.

Vrchota vd. (2020) Çek Cumhuriyeti'nde Endüstri 4.0'ın uygulanması için insan kaynakları ön koşullarını tanımlamayı ve Çek Cumhuriyeti'nin geride kaldığı alanları iyileştirebilmesi için faktörler arasındaki bağlantıları bulmayı amaçlamışlardır. Çalışmada veri analizi temelinde, Endüstri 4.0'ın tanıtımına daha iyi hazırlanabilmesi için insan sermayesi kalite düzeyini artırmanın mümkün olduğu alanları belirlemeye çalışmışlardır.

Neumann vd. (2021), çalışmalarında Endüstri 4.0 üzerine ve insan faktörü araştırmaların odaklanmış içerik analizi yapmışlardır. Analiz sonucunda, teknolojiye güçlü bir şekilde odaklandığı ve yalnızca ara sıra insan-sistem etkileşimine dikkat ettiği görünen araştırma sonucunda insan faktörüne dikkat edilmediğini vurgulanmıştır. İnsan faktörüne katılmadaki bu eksikliğin, önceki endüstriyel sistem nesillerinde gözlemlendiği ve bireysel çalışanlar, üretim organizasyonları ve bir bütün olarak toplum için olumsuz sonuçlar doğurabileceğini belirtmektedirler.

Hem insan kaynaklarıyla ilgili hem de dijitalleşme, Endüstri 4.0, dijital dönüşüm gibi kavramların ele alındığı nitel ve nicel çalışmalar yapılmış olsa da yukarıda örnek olarak verilen

çalışmalara benzer şekilde insan kaynaklarının bu kavramlarla beraber ele alan çalışmaların sınırlı olduğu görülmüştür. Verilen çalışmalardan hareketle çoğunlukla nitel araştırmaların, literatür çalışması yapıldığı uygulamaya yönelik çalışmalarda ise insan kaynaklarını, çalışanları hem olumlu hem olumsuz şekilde etkileyebildiğini insan faktörünün daha çok ele alınması gerektiği bulgularına ulaşılabilmektedir.

Araştırma Amacı ve Yöntemi

Endüstri 4.0 ve İnsan kaynakları alanında yapılan çalışmaların ele alındığı bu araştırmanın amacı, Endüstri 4.0 ve ilgili kavramlarla birlikte insan kaynaklarını konu alan ve 2017-2021 yılları arasında yapılan Dergipark veritabanında yayınlanmış çalışmaların eğilimlerini ortaya çıkarılmasıdır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizinden yararlanılmaktadır.

İçerik analizi, yöntemi belirlenmiş bir analizdir ve bu analizde daha çok dışsal özellikler üzerinde durulmaktadır. İçerik analizinde, kelimelerin, sözcüklerin ve biçimsel yapıların araştırma kapsamına alındığı belirtilebilir. İçerik analizi, hem nicel hem de nitel olmak üzere iki tip yöntem kapsamında ele anılsa da nicel içerik analizi, iletilerin, metinlerin ya da sosyal olguların açık içeriğini nesnel ve ölçülebilir şekilde sistematik olarak ele almaktadır (Taylan, 2011: 72- 73). İçerik analizinde, bir literatür örneğindeki belirli anahtar kelimelere nicel olarak ele alıp odaklanan bu tür kalıpları tanımlayabilse de, geleneksel bir literatür inceleme yaklaşımında yapılabileceği gibi makalenin gerçek içeriğinin dikkate alınmadığı bir yöntemdir (Neumann vd., 2021: 11).

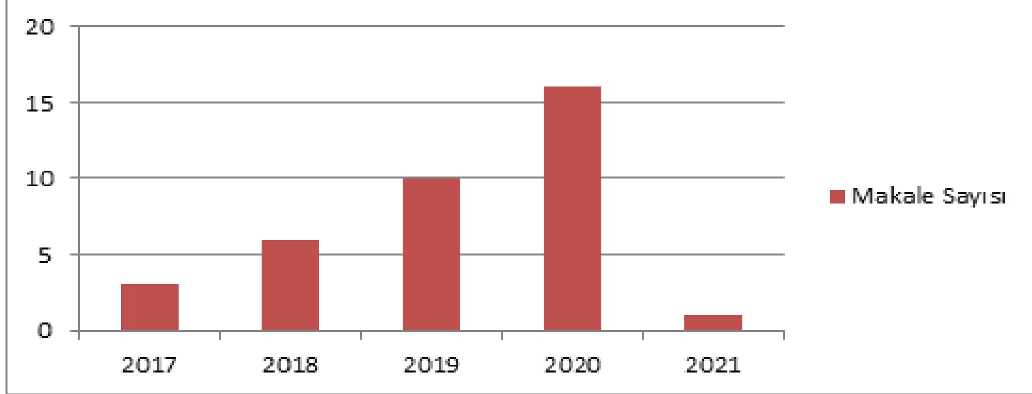
İçerik analizinin yapılması doğrultusunda aşağıdaki soruların cevapları aranmaktadır:

- Dergiparkta yer alan belirtilen anahtar kavramlarda yapılmış çalışmaların yıllara göre dağılımı nasıldır?
- Yapılan çalışmaların yazarlarına göre dağılımı nasıldır?
- Araştırma yöntemine göre dağılımları nasıldır?
- Veri toplama aracına göre dağılımları nasıldır?
- Yapılan çalışmalarda kullanılan anahtar kelimeler nelerdir? En çok kullanılanlar hangileridir?
- Yapılan çalışmaların amaçları nelerdir?

Çalışmanın araştırma sürecinde, Dergipark veritabanında Türkçe olarak "Dijital Dönüşüm", Endüstri 4.0" Ve "Dijital" ve "Dijitalleşme", kavramları "İnsan Kaynakları" ve "İşgücü" anahtar kavramlar olarak belirlenerek bu kavramların birlikte ele alan çalışmaların içerik analizi yapılmıştır ve çalışmaların eğilimi belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada belirtildiği üzere kavramlar ayrı olarak değil veritabanında birlikte aranmıştır. Kavramların benzerliği nedeniyle tekrarlayan çalışmaların ve konuyla ilgisi olmayan çalışmaların çıkarılması sonucunda çalışmaya 36 makale dahil edilmiştir.

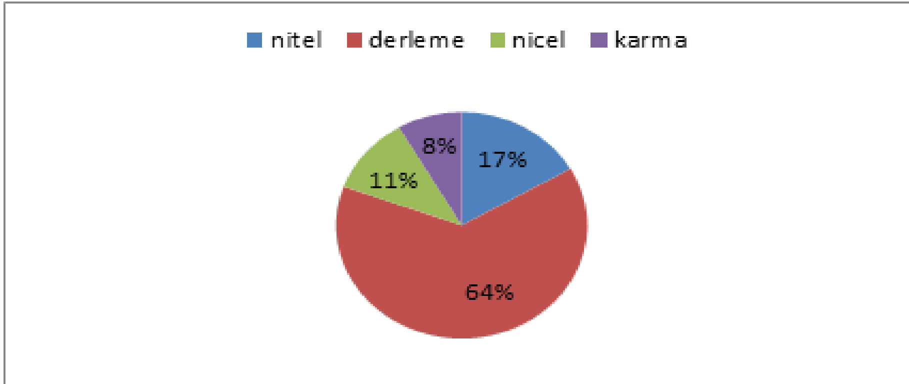
Araştırma Bulguları ve Bulguların Değerlendirilmesi

Endüstri 4.0 ve insan kaynakları konusunda yapılmış olan çalışmaların içerik analizi sırasında ile ilgili çalışmalara ilişkin bulgular altı kategoride incelenmiştir. Bu kategoriler; yıllara göre eğilim, araştırma yöntemleri, veri toplama araçları, yazar bilgileri, araştırma amaçları, anahtar kelimeler olarak sıralanabilmektedir. Grafik 1-2-3-4 sırası ile araştırma bulgularının görselleştirilmesi için hazırlanmıştır.



Grafik 1: Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı

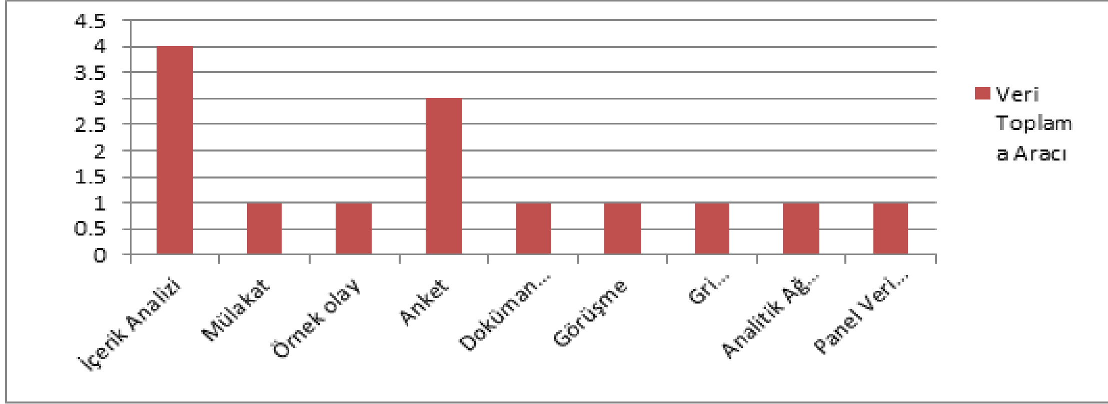
Mevcut içerik analizi kapsamında çalışmaların 2017-2021 yılları aralığında yayınlandığı ifade edilebilmektedir. Grafik 1 incelendiğinde çalışmaların çoğunluğunun 16 makale sayısıyla 2020 yılında yayınlandığı görülmektedir. Bu durumun bu araştırmanın 2021 yılı başında yapıldığı bilgisi ile dikkate alınmasında fayda bulunmaktadır.



Grafik 2: Makalelerin Araştırma Yöntemine İlişkin Dağılımı

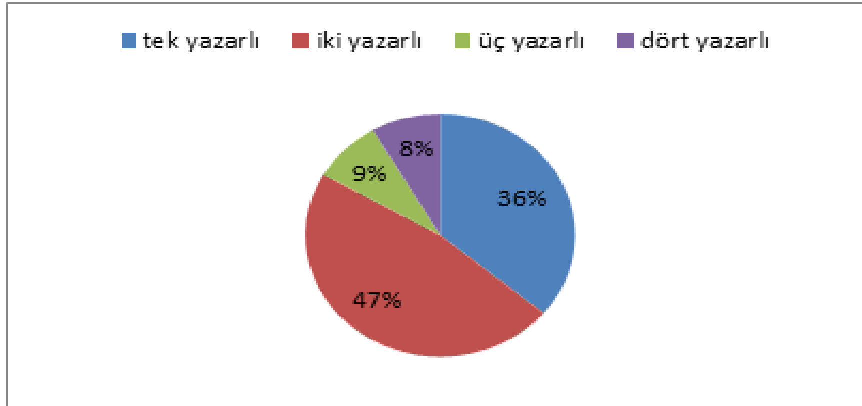
Grafik 2 incelendiğinde çalışma kapsamında ele alınan 36 makalenin % 64 (n=23) oranla büyük bir çoğunluğunun genellikle derleme literatür taraması şeklinde yayınlanmıştır. En sık tercih edilen araştırma yönteminin nitel araştırma yöntemi %17 (n=6) olduğu görülmektedir.

Nicel araştırma yönteminin %11 (n=4) oranında, karma araştırma yönteminin ise %8 (n=3) oranında kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır.



Grafik 3: Veri Toplama Aracına İlişkin Dağılım

Grafik 3 incelendiğinde araştırma kapsamın ele alınan Türkçe makalelerde en sık kullanılan veri toplama aracının içerik analizi olduğu görülmektedir. Daha sonra anketlerin (n=3) tercih edildiği, ve diğer araçlardan birer kez yararlanıldığı ifade edilebilmektedir.



Grafik 4: Makale Yazarına İlişkin Dağılımı

Grafik 4'te çalışma kapsamında ele alınan makalelerin yazar sayılarına göre dağılımı yer almaktadır. Makalelerin %36 (n=13)'sının tek yazarlı, %47 (n=17) iki yazarlı, %9 (n=3) üç yazarlı ve %8(n=3) dört yazar tarafından yayınlanmıştır. Grafik 4 incelendiğinde makalelerin çoğunlukla iki yazarlı olduğu ifade edilebilmektedir.

Tablo 1'de araştırma kapsamında ele alınan makalelerin yazılma araştırma amaçları yer almaktadır. Tablo 1 incelendiğinde makalelerin çoğunlukla dijital dönüşümün, Endüstri 4.0 insan kaynakları uygulamalarına ya da fonksiyonlarına etkileri ve insan kaynakları yönetimine etkilerini belirleyebilmek amacıyla yapıldığı görülmektedir.

Tablo 1:
Makalelerin Araştırma Amaçları

Tablo 2'de araştırma kapsamın ele alınan makalelerdeki anahtar kelimeler verilmektedir. Toplamda 101 farklı anahtar kelime tespit edilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde çeşitli birçok anahtar kelimenin ele alındığı ancak bazı kavramların tekrar ettiği görülmüştür. "Endüstri 4.0" 22, "dijital dönüşüm" 6, "insan kaynakları" 6, "dijitalleşme" 3 ve "istihdam" anahtar kavramı 3 kez tekrarlamıştır. "Yapay zeka", "yetkinlik", "dijital yetkinlik", "yetenek yönetimi" ve "AR-GE" anahtar kavramları 2 kez tespit edilmiştir. Geri kalan 91 anahtar kelimenin birer kez tekrarladığı görülmektedir. Bu nedenle bu kavramlarla ilgili değerlendirme yapılmamıştır.

Tablo 2:
Makalelerde Geçen Anahtar Kelimeler

Kelime	**Sayı**	**Kelime**	**Sayı**
Endüstri 4.0	22	Bilişim Teknolojileri	1
Dijital Dönüşüm	6	Çalışanlar	1
İnsan Kaynakları Yönetimi	6	Endüstri 4.0 Paradigmaları	1
Dijitalleşme	3	RPA	1
İstihdam	3	Emek Piyasası	1
Yapay Zeka	2	İşsizlik	1
Yetkinlik	2	İşgücü Piyasasındaki Değişim	1
Dijital Yetkinlik	2	Yönetim Yaklaşımları	1
Yetenek Yönetimi	2	Teknoloji	1
AR-GE	2	Beşeri Sermaye	1
Robotik Süreç Otomasyonu	1	Teknolojinin Dönüşümü	1
Yazılım	1	Girişimcilik	1
Dijital İK	1	Yeni İş Modelleri	1
Robotik Kaynaklar Yönetimi	1	Teknolojiye Hazırlık	1
Büyük Veri	1	Endüstri 4.0 Devrimi	1
İnsan Kaynakları Planlama Sorunları	1	Strateji	1
İnsan Kaynakları Planlaması	1	Kişilik	1
Turizm İşletmeleri	1	Makine Öğrenmesi	1
Dijital Dünya	1	Panel Nedensellik	1
İşe Alım	1	Örgüt Kültürü	1
Dijital İnsan Kaynakları Yönetimi	1	Endüstri 4.0 Stratejileri	1
Bulut Bilişim	1	Nitel Analiz	1
Pazarlama	1	İnsan Kaynakları Uygulamaları	1
Yalın Üretim	1	Teknoloji	1
Eğitim	1	İnsan Sermayesi	1
Eğitim 4.0	1	Sanayi Devrimi	1

PISA	1	İşgücü 4.0	1
İşgücü	1	Çalışan Sayısı	1
Lojistik 4.0	1	Halkla İlişkiler	1
Finans ve yatırım	1	Çok Ölçütlü Karar Verme	1
Sağlık Kurumları	1	Analitik Ağ Süreci	1
Sağlık İnsan Gücü	1	Eğitim ve Geliştirme	1
İnsan Kaynakları 4.0	1	Teknoloji ve Eğitim	1
Proaktif Çalışanlar	1	Boylamsal Analizler	1
Ekonomi	1	Teorik Temeller	1
Çalışma	1	Araştırma Eğilimleri	1
3D Yazıcı	1	Gri Tahminleme	1
Sanayi 4.0	1	Dijital çağ	1
Endüstri 4.0 Hazırlık Modeli	1	Türk Kamu Yönetimi	1
Dijital Çağ	1	e-Sicil	1
Performans Değerlendirme	1	e-Devlet	1
Mesleki Yetkinlik	1	Dijital Yetkinlikler	1
Kurum İçi İletişim	1	Dijital İletişim	1
Sosyal Ağlar	1	Sosyal Medya	1
Dijital bankacılık	1	İnsan kaynakları stratejileri	1
Performans Yönetimi	1	Performansa Göre Ücretleme	1
Kamu Performans Yönetimi	1	Performansa Göre Değerlendirme	1
Yönetim Sistemi	1	Performans Değerlendirme	1
Toplum 5.0	1	İşgücü Piyasası	1
Geleceğin Meslekleri	1	Firma Beklentileri	1
İnsan Kaynakları Profesyonelleri	1		

SONUÇ VE YORUMLAR

Endüstri 4.0 ile ilgili son yıllarda literatürde yer alan çalışmaların sayısı hızla artmaktadır. Birçok alanla özellikle mühendislik temelli denebilecek bir kavram olan Endüstri 4.0'ın insan kaynakları alanıyla ilişkilendirilerek birçok çalışmanın yapıldığı giderek önemi artan bir kavram olduğu ifade edilebilmektedir. Bu nedenle bir içerik analizi yapılmacı amacıyla hazırlanan bu çalışmada, Endüstri 4.0 ve ilgili kavramlarla birlikte insan kaynakları konulu Türkçe literatürde kapsamında 2017-2021 yılları arasında Dergipark veritabanında yayınlanmış çalışmaların eğilimlerini ortaya çıkarılmıştır.

Çalışma kapsamına Dergipark veritabanında Türkçe olarak dijital, dijitalleşme, Endüstri 4.0 ve dijital dönüşüm kavramlarıyla işgücü ve insan kaynakları ile birlikte taratılarak çıkan çalışmaların araştırmaların derlenmesi yapılmıştır. Çalışmada Türkçe olarak "dijital dönüşüm", "Endüstri 4.0", "dijital", "dijitalleşme" kavramları "insan kaynakları" ve "işgücü" kavramları

ile birlikte ele alan 36 çalışma içerik analizine dahil edilmiştir. Çalışma kapsamında yayınlanan makalelerin çoğunun 2020 yılında yayınlandığı, nitel araştırma yönteminin kullanıldığı, kullanılan veri toplama aracı olarak içerik analizinden yararlanıldığı ve makalelerin yazar sayılarına göre ise çoğunlukla iki daha sonra tek yazarlı olarak yayınlandığı bulgularına ulaşılmıştır.

Türkçe literatürdeki çalışmaların işletmeler açısından teknoloji ve insan kaynağının önemi ve özellikle salgın dönemiyle dijital dönüşümün hızlı bir şekilde uygulanmasının kritik rol oynadığı görülmektedir. Çalışmanın, Dergipark veritabanında yayınlanan makalelerin eğilimin ne olduğunun belirlenmesi ve nasıl ele alındığının ortaya koyması ve konuyla ilgili ele alınabilecek kavramları, yöntemlerin belirlenmesi nedeniyle önemli olduğu düşünülmektedir. Araştırmacıların uygulama alanını bulamamaları nedeniyle de çoğunlukla nitel araştırma yöntemlerini tercih ediyor oldukları ifade edilebilmektedir. Buradan hareketle çalışmanın hem eğilimi ortaya koyması hem de mevcut durumu vurgulaması açısından yararlı olabileceği düşünülmektedir.

Endüstri 4.0 konusunda yapılan çalışmaların devrim niteliğinde olabileceği kabul edildiğinde hem topluma hem ekonomiye hem de işletmeye olan etkilerinin kaçınılmaz olacağını söylemek mümkündür. Endüstri 4.0'ın yerli literatürde çoğunlukla ampirik çalışmaların yoğun olarak yapılmasına ve çeşitli büyüklük ve yapılarda faaliyet gösteren örgütler için örnek teşkil edebilecek karşılaştırmalı uygulamalara ihtiyaç duyan bir konu olduğu ifade edilebilir.

Bu çalışmanın kısıtı olarak belirtilebilecek husus çalışmanın kapsamında yararlanılan makalelere sadece tek veri tabanı Dergipark kullanılarak ulaşılması olabilir. Gelecek araştırmalar için Ulakbim, Google Akademik gibi başka veri tabanları da kullanılarak araştırmanın çerçevesi genişletilmesi önerilmektedir.

Gelecek çalışmalarda bu çalışmada yapılmış olan içerik analizinin dışında Endüstri 4.0'ın insan kaynakları yönetiminde uygulanmasında etkili olan faktörlerin birbirleri ile olan ilişkilerinin ele alınması ve farklı sektörlerde ölçüm yapılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

1. Asiltürk, A. (2019). İnsan Kaynakları Yönetiminin Geleceği: İK 4.0. *Journal of Awareness*, 3, 527-544.
2. Bondarouk, T. ve Ruël, H.J.M.(2009). Electronic Human Resource Management: Challenges in the Digital Era. *The International Journal of Human Resource Management,* 20(3):505-514.
3. Çiftçioğlu, B. A., Mutlu, M. ve Katırcıoğlu, S. (2019). Endüstri 4.0 ve İnsan Kaynakları Yönetiminin İlişkisi. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*. BANÜSAD,2(1), 31-53.
4. Demirkaya, H. ve Sarpel, E. (2018). Eğitim ve Geliştirme Uygulamalarında Yeni Nesil Bilişim Teknolojilerinden Sanal Gerçeklik, Bulut Bilişim ve Yapay Zeka. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergisi* , (40) , 231-245.
5. Doğru, B. N. ve Meçik, O. (2018). Türkiye'de Endüstri 4.0'ın İşgücü Piyasasına Etkileri: Firma Beklentileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23, 1581-1606.
6. Ekren, G., Erkollar, A. veOberer, B. (2017). Research Trends in Industry 4.0: A Content Analysis. *International Symposium on Production Research.* 0-10.
7. Fedorova, A., Koropets, O. ve Gatti, M.(2019). *Digitalization of Human Resource Management Practices and Its Impact on Employees' Well-Being*. Conference: Contemporary Issues in Business, Management and Economics Engineering. 1-10.

8. Filizöz, B. ve Orhan, U. (2018). İnsan Kaynakları Yönetimi Bağlamında Endüstri 4.0: Bir Yazın Çalışması. C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 19(2). 110-117.

9. Göktaş, P. ve Baysal, H. (2018). Türkiye'de Dijital İnsan Kaynakları Yönetiminde Bulut Bilişim. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi* Dergisi, 23 (4),1409-1424.

10. Hecklau, F., Orth, R., Kidschun, F. ve Kohl H. (2017). Human Resources Management: Meta-Study - Analysis of Future Competences in Industry 4.0. *Proceedings of the International Conference on Intellectual Capital, Knowledge Management And Organizational Learning*. 163-174.

11. Kırılmaz, S. (2020). İnsan Kaynakları Yönetiminde Yaşanan Dijital Dönüşüm: İşletmelerin Dijital İKY Uygulamalarının Araştırılması. *Research Journal of Business and Management*, 7 (3) , 188-200.

12. Kagermann, H., Wahlster, W. ve Helbig, J. (2013). Securing the Future of German Manufacturing Industry: Recommendations for Implementing the Strategic Initiative Industrie 4.0, Final Report of the Industrie 4.0 Working Group. Forschungsunion im Stifterverband für die Deutsche Wirtschaft e.V., Berlin

13. Liao, Y., Deschamps, F. Loures, E. F. R. ve Ramos , L. F. P. (2017. Past, present and future of Industry 4.0 - A systematic literature review and research agenda proposal, *International Journal of Production Research*, 55:12, 3609-3629.

14. Malik, A. (2019). Creating Competitive Advantage through Source Basic Capital Strategic Humanity in the Industrial Age 4.0. *International Research Journal of Advanced Engineering and Science,* 209-215.

15. Neumann, W. P., Winkelhaus, S., Grosse, E. H. ve Christoph H. Glock (2021). Industry 4.0 And The Human factor – A Systems Framework And Analysis Methodology For Successful Development. *International Journal of Production Economics,* 1- 16.

16. Özer, P.S., Eriş, E.D. ve Özmen, Ö.T. (2018). Endüstri 4.0: İnsan ve İnsan Kaynakları Yönetimi Neresinde? *26. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*, 765-771.

17. Özmen, Ö. T. , Eris, E , Süral Özer, P. ve Zerey, H . (2019). Endüstri 4.0'a Bütüncül Bir Yaklaşım: Örnek Olay Analizi ve Stratejik Yol Haritası. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 499-520.

18. Rejikumar, G., Raja Sreedharan V., R., P., Arunpasad, P., Persis, J. ve Sreeraj K.M. (2019). Industry 4.0: Key Findings and Analysis From The Literature Arena. *Benchmarking: An International Journal*, 26(8), 2514-2542.

19. Soylu, A. (2018), Endüstri 4.0 ve Girişimcilikte Yeni Yaklaşımlar, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, 43-57.

20. Sert, Y., Gür, Ş. ve Eren, T. (2020). Dördünce Sanayi Devriminin Personel Seçimi Süreçlerine Etkisinin Değerlendirilmesi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 55,191-202.

21. Shamim, S., Cang, S., Yu, H., Li, Y. (2016). Management approaches for industry 4.0: A human resource management perspective. in Proceedings of the 2016 IEEE Congress on Evolutionary Computation (CEC), Vancouver, BC, Canada, 24–29: 5309–5316.

22. Sivathanu, B. ve Pillai, R. (2018) Smart HR 4.0- How Industry 4.0 Is Disrupting HR, *Human Resource Management International Digest*, 26(4): 7-11.

23. Ślusarczyk B.(2018). Industry 4.0– Are We Ready? *Polish Journal of Management Studies*, 17(1): 232-248.

24. Şendoğdu, A. A. (2020). Endüstri 4.0 Devriminde Robotik Kaynaklar Yönetimi Bağlamında İnsan Kaynakları Yönetiminde Yeni Açılımların Kaçınılmazlığı, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34(1): 168-184.

25. Taşköprü, S. (2019). Endüstri 4.0'ın insan kaynakları yönetimi uygulamalarına etkisi üzerine bir araştırma, Sakarya Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.

26. Taylan, H. H. (2011). Sosyal Bilimlerde Kullanılan İçerik Analizi ve Söylem Analizinin Karşılaştırılması, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 1(2): 63-76.

27. Tutkunca, T. (2020). İşletmelerde Dijital Dönüşüm ve İlgili Bileşenlerinin Analiz Edilmesi Üzerine Kavramsal Bir Araştırma. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 17(1): 65-75.

28. Türkel, S. ve Yeşilkuş, F . (2020). Dijital Dönüşüm Paradigması: Endüstri 4.0. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Covid-19 Özel Sayısı, 332-346 .

29. Wang, S., Wan, J., Li, D. ve Zhang, C. (2016). Implementing Smart Factory of Industrie 4.0: An Outlook. *International Journal of Distributed Sensor Networks*, (4):1-10.

30. Vrchota, J., Maˇriková, M., Rehoˇr, P., Rol, Rolínek, L. Ve Toušek, R. (2020). Human Resources Readiness for Industry 4.0. *Journal of Open Innovation Technology Market and Complexity*, 6(3): 1-20.

31. Yankın, F. B. (2019). Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışma Yaşamı. Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi 7(2):1-38.

32. Yılmaz, A., Arıcıoğlu, M. ve Yiğitol, B. (2020). Endüstri 4.0 Üzerine Yöntem ve Literatür Çalışması: Türkiye'deki Lisansüstü Tez Çalışmaları. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , (57) , 293-324.



36.

Green Management and Green Accounting in the Framework of Sustainabilit

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA YEŞİL YÖNETİM VE YEŞİL MUHASEBE

Dr. Rahmi Yücel*

Dr. Derya Yücel**

Abstract

Sustainability is expressed as social, economic and social activities that people perform while meeting their own needs today, in a way that does not deprive the next generations of their ability to meet their own needs. in this context, they should act with an environmentally friendly management approach in a way that will not deprive future generations of their ability to meet their needs while using the natural resources they need while continuing their activities. This understanding, known as Green Management, requires businesses to act environmentally oriented in their activities. Being environmentally oriented is an approach that includes businesses taking into account the environmental impacts of their activities, acting with environmental awareness of all their employees, and considering environmental impacts in the selection and use of technology. While the need for a green management approach for sustainability is increasing day by day, green accounting is becoming more important day by day as an accounting field that takes into account ecological expenses in the calculation of the operating profit of a business that adopts the green management approach. Simply emphasizing the accounting for the ecological impact of the association when environmental is added to

***Professor, Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Economics and Administrative Sciences.**

****Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Economics and Administrative Sciences.**

income or loss or profits and costs, green accounting is useful for informing about the use, impact, extent and value of normal resources in a country.

In this context, first of all, a theoretical analysis is given in the study, the concepts of sustainability and green management are explained and the reasons for the green management needs of the enterprises are explained with the green business functions. Then, the place and importance of green accounting within the scope of green business functions are discussed. in this context, the importance and requirements of establishing a green accounting plan of enterprises in terms of corporate sustainability are examined.

Keywords: Sustainability, green management, green accounting.

ÖZET

Sürdürülebilirlik insanların bugün kendi gereksinimlerini karşılarken, sonraki kuşaklarında kendi gereksinmelerini karşılama becerisinden mahrum bırakmayacak şekilde sergilediği sosyal, ekonomik ve toplumsal faaliyetler olarak ifade edilmektedir. Bu kapsamda işletmelerinde faaliyetlerini sürdürürken ihtiyaç duydukları doğal kaynakları kullanırken gelecek kuşakların gereksinmelerini karşılama becerisinden mahrum bırakmayacak şekilde çevre dostu yönetim anlayışıyla hareket etmeleri gereklidir. Yeşil Yönetim olarak bilinen bu anlayış, işletmelerin faaliyetlerinde çevre odaklı hareket etmelerini gerektirir. Çevre odaklı olmak, işletmelerin faaliyetlerinde çevreye olan etkilerini dikkate almalarını, tüm çalışanlarının çevre bilinciyle hareket etmesini, teknoloji seçiminde ve kullanımında, çevresel etkileri dikkate almalarını içeren bir anlayıştır. Sürdürülebilirlik için yeşil yönetim anlayışına olan ihtiyaç günden güne artarken, yeşil yönetim anlayışını benimseyen bir işletmenin faaliyet karının hesaplanmasında ekolojik giderleri dikkate alan bir muhasebe alanı olarak yeşil muhasebe de her geçen gün daha önemli hale gelmektedir. Basitçe gelir, zarar, kâr ve maliyetlere çevresel eklendiğinde, birlikteliğin ekolojik etkisinin muhasebeleştirilmesini vurgulayan yeşil muhasebe bir ülkedeki normal kaynakların kullanımı, etkisi, derecesi ve değeri hakkında bilgi vermek için yararlıdır.

Bu kapsamda çalışmada öncelikle teorik bir analize yer verilmiş, sürdürülebilirlik ve yeşil yönetim kavramları açıklanmış ve işletmelerin yeşil yönetime olan ihtiyaçlarının nedenleri yeşil işletme fonksiyonları ile açıklanmıştır. Daha sonra yeşil işletme fonksiyonları kapsamında yeşil muhasebenin yeri ve önemi ele alınmıştır. Bu kapsamda son olarak kurumsal sürdürülebilirlik açısından işletmelerin yeşil bir muhasebe planının oluşturulmasının önemi ve gereklilikleri irdelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, yeşil yönetim, yeşil muhasebe.

GİRİŞ

Muhasebe, işletme içi ve dışındaki bilgi kullanıcılarının bilgi ihtiyaçlarını karşılamak üzere gerekli bilginin üretilmesi ve raporlanması görevini ifa eder. Bu kapsamda muhasebenin en temel kavramlarından biri olan sosyal sorumluluk kavramı, raporlanan bu bilgilerin işletme ile ilgili doğru, objektif ve dürüst bir şekilde açıklanmasını ifade etmektedir. Yakın geçmişte yaşanan finansal ve çevresel skandalların sonrasında yaşanan gelişmeler muhasebenin sosyal sorumluluğunu ve yeşil muhasebeyi tartışmaya açarak hem muhasebe hem de yönetim

odaklı araştırmaların önemli konularından biri haline getirmiştir. Pek çok yatırımcı ve bilgi kullanıcısının yanlış veya eksik bilgilendirilmesi nedeni ile ortaya çıkan bu tür olumsuz gelişmeler konunun önemini artırmıştır.

Günümüzde her ülkede tartışılmaya devam eden en önemli sorunların başında, doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı ile ilgili sorunlar yer almaktadır. Yeşil muhasebe, bir ulusun zenginliğinin gerçek değerlendirmesinin, tüm ekonomik sektörlerin katkılarını ve bunların bozulma ve doğal kaynak kullanımı üzerindeki etkilerini dikkate alması gerektiği kavramına dayanır ve hem doğal varlıkları hem de bozulma ile ilgili ekonomik ve çevresel maliyetlerin raporlanmasını içerir. Bu nedenle yeşil muhasebe, sadece firmalarının faaliyetlerinin doğal çevre üzerindeki yansımalarını dikkate almakla kalmaz, aynı zamanda şirketin bu tür sorunları önlemek için aldığı önlemleri de yönetir. Bu yeni muhasebe şekli, çevre, yönetim ve maliyet kontrolü, daha temiz teknolojilere verimli yatırım, üretim süreçlerinin ve daha az kirletici olan ürünlerin teşviki ile ilgili performansı geliştirmek için kullanılan gerçek bir yönetim aracı olarak düşünülmelidir ve hem herhangi bir şirketin iç yönetimi hem de dış kullanıcılara adanmıştır. Bu açıdan yeşil muhasebe, muhasebe bilgilerinin kullanıcılarını doğru ve adil bir bakış açısıyla bilgilendirmek için doğal çevreyle ilgili akışları ve riskleri hesaba katarak ve muhasebenin geleneksel rolüne saygı duyarak doğal çevrenin korunması ve restorasyonu ile ilgili gerçekleri yeniden gruplandırmaya ve sistematik olarak değerlendirmeye çalışır (Ignat ve diğ., 2016:245).

Yeşil muhasebe bugünün gereksinimlerini, gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama yeteneğinden ödün vermeden karşılamayı esas alan sürdürülebilirlik anlayışı temelinde yükselen ve işletmenin amaçlarında, yerine getirdiği faaliyetlerde ve örgütlenmesinde çevreyi ön plana alan bir yaklaşımı benimseyen yeşil yönetim anlayışının hayata geçirilmesinde önemli bir araç olarak ön plana çıkmaktadır.

Bu kapsamda tasarlanan çalışma sürdürülebilirliğin sağlanmasında önemli bir araç olarak görülen yeşil yönetim ve sürdürülebilirlik ilişkisi ortaya konduktan sonra, yeşil yönetim ve yeşil muhasebe kavramları açıklanmakta ve aralarındaki yakın ve önemli ilişkinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Çalışmada ayrıca yeşil yönetim anlayışının hayata geçirilmesinde yeşil muhasebenin sağlayacağı faydalar değerlendirilmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Sürdürülebilirlik ve Yeşil Yönetim

Bugünkü anlamda ilk olarak Birleşmiş Milletler (BM)'in Brundtland Raporunda kullanılan sürdürülebilirlik kavramı kelime anlamı olarak bir şeyin devam etmesi veya ettirilmesi anlamında kullanılmaktadır. Raporda kalkınmayla özdeş kullanılan bu kavram "Bugünün gereksinimlerini, gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama yeteneğinden ödün vermeden karşılayan kalkınma" olarak tanımlanmıştır (WCED, 1987). Raporda, sürdürülebilir kalkınma, basit bir çevrecilik ve kalkınma anlayışının dışında, kaynakların rasyonel kullanımını ve korunmasını esas alan ekonomik bir kavram olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda çevreye uygun bir ekonominin temel şartının sürdürülebilir kalkınma ile olacağı ifade edilmektedir

(Özmehmet, 2008: 7).

Bu kapsamda şirketler kalkınmanın temel yapı taşı olarak iktisadi faaliyetlerin yürütüldükleri yerler olmakla birlikte içinde bulundukları çevre ile yakın bir etkileşim ve alışveriş içerisindedirler. Bu nedenle içinde bulundukları topluma karşı sorumludurlar. Kurumsal sosyal sorumluluğun da temelini oluşturan bu düşünce meşruiyet teorisi ile açıklanmaktadır. Meşruiyet teorisi, işletme ve toplum arasında bir sosyal sözleşmenin var olduğu fikrine dayanmaktadır. Meşruiyet teorisine göre şirketler, davranışlarını paydaş gruplarına meşrulaştırabilmeleri için sosyal sorumlu bir imaj sunmak amacıyla sosyal sorumlulukla ilgili bilgiler açıklarlar.

Meşruiyet, bir varlığın eylemlerinin sosyal olarak inşa edilmiş bazı normlar, değerler, inançlar ve tanımlar sistemi içinde arzu edilir, uygun veya uygun olduğuna dair genelleştirilmiş bir algı veya varsayımdır (Suchman, 1995: 574).

Burlea ve Popa (2013:1579)'e göre, meşruiyet teorisi, örgütlerin amaçlarının tanınmasını ve ürkek ve çalkantılı bir ortamda hayatta kalmasını sağlayan sosyal sözleşmelerini yerine getirmek için gönüllü sosyal ve çevresel açıklamaları uygulama ve geliştirmeyi destekleyen bir mekanizmadır. Kurumun faaliyetlerine ilişkin toplumsal algılar, toplumun beklentisine göre raporlanır. Kuruluşun faaliyetlerinin ahlaki değerlere saygı göstermediği durumlarda, kuruluş toplum tarafından ciddi bir şekilde cezalandırılır ve bu yaptırımlar örgütün başarısızlığına bile yol açabilir. Kuruluş, varlığını sürdürdüğü toplumun ve çevrenin varlığını tehlikeye atmayan meşru ekonomik ve sosyal eylemlerle varlığını haklı çıkarmak zorundadır.

Meşruiyet teorisi, şirketlerin faaliyetlerinin toplumdaki sosyal normlara ve değerlere uygun olması gerektiğini belirtir. Şirketin meşruiyeti, toplumsal değerlere veya toplumun normlarına uygun değilse şirketin meşruiyeti sorgulanır. Kurumsal değer ile toplum değeri arasındaki farklılıklara meşruiyet boşlukları denir. Meşruiyet boşluklarının üç nedeni olabilir. Bunlar sırası ile şirket performansına ilişkin kamu beklentileri değişmeden şirket performansının değişmesi, şirket performansına ilişkin kamu beklentilerinin değişmesi, ve şirketin performansı ile insanların beklentilerinin farklı zamanlarda farklı yönlerde veya aynı yönde değişmesidir (Agustia, 2020: 1007).

Meşruiyet teorisi çerçevesinde ele alındığında sürdürülebilirliğin sağlanması işletmelerin faaliyetlerini toplumdaki sosyal normlara ve değerlere uygun amaçlar doğrultusunda sürdürmesiyle yakın ilişkilidir. Bu kapsamda, kuruluşta var olan geniş tabanlı hedeflere ve stratejilere çevresel hedeflerin ve stratejilerin tam olarak dahil edilmesiyle ilgili olan yeşil (veya çevresel) yönetim, çevre temasının organizasyonun her seviyesine dahil edilmesi için sistematik bir yaklaşıma dayanmayı gerektirdiği için gerek işletmenin meşruiyetini sağlamada ve gerekse sürdürülebilirliğin inşasında kilit bir rol üstlenir (Teixeira, 2012:319).

İşletmenin çevresi ile olan etkileşimini açıklayan diğer bir teoride paydaş teorisidir. Bu teori, şirketin sadece kendi çıkarları için faaliyet gösteren bir varlık olmadığını, aynı zamanda paydaşların çıkarlarına da dikkat etmesi gerektiğini belirtmektedir. Paydaşlar, örgütsel faaliyetin etkisi dahilinde belirli hedeflere ulaşmak için kuruluşları etkileyebilen ve/veya onlardan etkilenebilen bireyler veya gruplar olarak tanımlanmaktadır. Paydaşlar, iç paydaşlar

ve dış paydaşlar olmak üzere ikiye ayrılır. Şirketin bir strateji oluşturma ve çevre yönetimi gibi uygulamalarında, paydaşların çıkarlarını en iyi şekilde dikkate alması beklenir, böylece paydaşlar, şirketin gelecekteki performansını iyileştirmek için faaliyetlerini desteklemek gibi şirketlere olumlu geri bildirimlerde bulunacaktır (Agustia, 2020: 1008).

Paydaş baskısı, kuruluşları daha gelişmiş yeşil yönetim arayışlarına yönlendiren ana faktördür. Daha gelişmiş yeşil yönetim anlayışı aynı zamanda şirketin finansal performansını iyileştirebilir ve şirketin üretim ve rekabet gücünü artırarak, maliyet azaltımını, kalite iyileştirmelerini ve yeni ürün ve süreçlerin oluşturulmasını teşvik edebilir. Ayrıca, özellikle toplumun çevre bilincinin artmasıyla, yeşil yönetime yatırım yapan şirketler yeşil pazarlama girişimleriyle değer kazanabilir. Ancak birçok araştırma, kuruluşların yeşil yönetimi aynı düzeyde uygulamadığını göstermektedir. Şirketlerin çevre konularını dahil edebilecekleri bu farklı seviyeler, yeşil yönetimin evrimsel aşamaları olarak adlandırılmıştır. Şirketler yeşil yönetimin üç ana aşamasını izleyerek gelişebilir. Bunlar reaktif, önleyici ve proaktif aşamalardır. Reaktif düzeydeki kuruluşlar, yalnızca mevzuata ve gelişen çevre düzenlemelerine uyma eğilimindedir.

Yeşil yönetim sistemi, çevresel sorunlardan kaçınmaya odaklanır. Yeşil yönetim, organizasyon yapısında çok az yetkiye sahip olma eğilimindedir ve şirket, çevre konulu dış faaliyetlerde bulunmaz. Önleyici düzeydeki kuruluşlar, eko-verimlilik ve 3 R (azalt, yeniden kullan, geri dönüştür) gibi ilkelerin uygulanması yoluyla doğal kaynakların kullanımını optimize etmeye çalışır. Yeşil yönetim alanı, organizasyon yapısında daha belirgin hale gelir ve bazı harici yeşil yönetim eylemleri başlatılır. Proaktif düzey ise yeşil yönetimin son aşamasıdır. Çevre konusu, iş stratejisinde ve rekabet avantajı yaratmada temel bir unsurdur. Bu aşamada yeşil yönetim aktiftir ve eylemleri organizasyonun diğer alanlarıyla bütünleştirir. Şirket, yaşam döngüsü değerlendirmesi ve çevresel kriterlere dayalı tedarikçi seçimi gibi iç çevre ve üretim zinciri etkilerini azaltmak için metodolojileri uygulamaya başlar (Teixeira, 2012:319).

İşletme faaliyetlerinin düzenlenmesinde çevrenin ön plana alınması ve örgütün amaçlarının, fonksiyonlarının, süreçlerinin ve örgüt yapısının buna göre düzenlemesini kapsayan yeşil yönetim anlayışının bu temel özelliklerinin yanı sıra sağlayacağı toplumsal ve paydaşlara ilişkin etkiler de dikkate alındığında, kuruluşun uzun vadede ekonomik olarak güçlenmesi, doğal kaynakların daha etkin kullanımının sağlanması ve emisyon gibi çevresel olumsuzlukların azaltılması, çevreyi önceliklema ve daha temiz üretimi mümkün kılacak teknolojilerin geliştirilmesine katkıda bulunmak gibi faydalar sağladığı görülmektedir. Bu açıdan yeşil yönetim anlayışı geleneksel yönetim anlayışından farklılık göstermektedir (Nemli, 2000:212).

Tablo 1: Yeşil yönetim anlayışının geleneksel yönetim anlayışından farkları.

	Geleneksel Yönetim	Yeşil Yönetim
Amaçlar	Ekonomik büyüme ve kâr	Sürdürülebilirlik ve yaşam kalitesi
	Ortaklara sağlanan getiri	Ortakların refahı
Ürünler	Fonksiyon, stil ve fiyat için tasarlanmış ürünler	Çevre için tasarlanmış çevre dostu ürünler
	Gereksiz atık yaratan paketleme	
Organizasyon	Hiyerarşik yapı	Hiyerarşik olmayan yapı
	Yukarıdan aşağıya karar verme	Katılımcı karar verme
	Karar vermede merkeziyetçilik	Karar vermede merkezkaçlık
Çevre	Çevreye hâkim olma	Doğayla uyum içinde olma
	Çevrenin bir kaynak olarak yönetilmesi	Doğal kaynakların sınırsız olmadığının farkına varılması
	Kirlilik ve atıkların dışsallıklar olarak değerlendirilmesi	Kirlilik ve atıkların yönetilmesi ve minimize edilmesi
İşletme fonksiyonları	Pazarlama tüketimi artırmayı amaçlar	Pazarlama tüketici eğitimi için vardır.
	Finansman kısa dönemde kârı maksimize etmek ister.	Finansman uzun dönemli sürdürülebilir büyümeyi amaçlar.
	Muhasebe geleneksel maliyetler üzerinde yoğunlaşır.	Muhasebe çevreyle ilgili maliyetler üzerinde yoğunlaşır.
	İnsan kaynakları yönetimi işçi verimliliğini artırmayı hedefler.	İnsan kaynakları yönetimi, işyerinde sağlık ve güvenliği sağlamaya çalışır.

Kaynak: Nemli, E. 2000. Çevreye Duyarlı Yönetim Anlayışı, İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 23–24 (Ekim 2000 - Mart 2001), 213. http://www.sbf.istanbul.edu.tr/dergi/sayi23-24/17.htm, (çevrimiçi) 30.11.2009.

Bu kapsamda işletmelerin yeşil yönetim ihtiyaçlarına cevap vermek üzere gerek yöneticilerin alacakları kararlar gibi iç ve gerekse paydaşlara yapılacak açıklamalar gibi dış bilgi ihtiyacının da yeşil yönetim amaçlarına uygun şekilde üretilmesi ve raporlanması gerekir.

Arroyo (2008:25) böyle bir ortamda sürdürülebilir bir yönetim muhasebesi sisteminin, aynı anda ekonomik, çevresel ve sosyal bilgiler sağlayan bir sistem olması gerektiğini belirtmektedir. Sürdürülebilir yönetim muhasebesi (SYM) işletmeyi kurumsal, çevresel, sosyal ve ekonomik performans için optimize etmek ve sürdürülebilir bir işletme elde etmek için finansal ve finansal olmayan bilgilerin üretilmesi, analiz edilmesi ve kullanılması olarak açıklanabilir. Bu tanım, böyle bir sisteminin temel olarak çevresel ve sosyal maliyetleri belirleyebileceğini, çevresel ve sosyal maliyetleri yeniden tahsis edebileceğini, çevresel ve sosyal önlemleri tanımlayabileceğini, çevresel ve sosyal önlemleri finansal performansla ilişkilendirebileceğini ve çevresel ve sosyal muhasebeyi sermaye bütçelemeye uygulayabileceğini ima eder.

Yeşil Yönetim İçin Yeşil Muhasebe

Yeşil yönetim anlayışı ile işletmelerin iç ve dış bilgi kullanıcılarının talep ettiği ve ihtiyaç duyulan bilgi içeriğinde de ciddi değişiklikler olmuş ve bunun geleneksel muhasebe bilgi sistemi ile tam olarak karşılanması mümkün olamamıştır. Bu süreçte finansal göstergelerin

yanı sıra finansal olmayan göstergelere dayalı bilgiye olan talepteki artış, özellikle yönetim muhasebesi bilgi sisteminin buna cevap verecek şekilde kendini yenilemesini gerektirmiştir. Sürdürülebilirlik ve yeşil yönetimin doğurduğu ihtiyaçlar kapsamında çevresel raporlama, sürdürülebilirlik raporlaması, entegre raporlama gibi gelişmeler bu sürecin muhasebeye yansıyan yüzüne örnek olarak verilebilir.

Yeşil muhasebe, 1960-1970 yılları arasında sürdürülebilir kalkınmanın ortaya çıkmasıyla ortaya çıkmış ve gelişmiştir. İlk olarak Parker tarafından 1971 yılında yeşil muhasebe tanımlandıktan sonra, sosyal performansının değerlendirilmesi, finansal faaliyetler ve sosyal sorumluluğun açıklanması kapsamında yeşil muhasebe çalışmaları konusunda çok ilerleme kaydedilmiştir. Yeşil muhasebe kavramı, bir ülkedeki çevresel maliyetlerin ve kaynak kayıplarının değerlendirilmesini içerir. İşletmelere çevresel hedefler ile geleneksel ekonomik hedefler arasındaki dengeleri anlama ve yönetme konusunda yardımcı olur. İşletmelerin yeşil muhasebe yoluyla hem bugün hem de gelecek için yeşil çabaları teşvik edecek yöntemler geliştirmesi gerekli hale gelmiştir. Yeşil muhasebe, "Yeşil"i büyük bir resim haline getirerek ve büyüterek, işletmeler için sürdürülebilir bir geleceği teşvik eder (Dhar ve diğ., 2021:2).

Yeşil muhasebe, işletmeyi ilgilendiren ekonomik, sosyal ve çevresel faaliyetlerin toplum, çevre ve şirketin kendisi üzerindeki etkileri hakkında kullanıcılar için faydalı olabilecek finansal veya finansal olmayan nesneler, işlemler, olaylar veya bu olayların etkilerini tanıma, ölçme, kaydetme, özetleme, raporlama ve açıklama sürecidir. Bu tanıma dayalı olarak, yeşil muhasebe ve yeşil muhasebe bilgilerinin raporlanmasının amaçları, finansal muhasebe bilgilerini (ekonomik), sosyal muhasebe bilgilerini ve çevresel muhasebe bilgilerini paydaşların değerlemede kullanabilmeleri için bir muhasebe raporlama paketinde entegre bir şekilde sunmak olarak ifade edilebilir. Amaç, kullanıcıların, yani yönetim, hissedarlar, alacaklılar, müşteriler, tüketiciler, çalışanlar, hükümet ve daha geniş toplulukların, finansal durum, iş performansı, kurumsal riskler, iş büyüme beklentileri ve kurumsal performans hakkında işletmeyi tam olarak değerlendirebilmesidir (Lako, 2018:70).

Geleneksel muhasebe sistemlerinde bazı çevresel ve sosyal maliyetlerin var olduğunu, ancak önemli görülmediği için genel giderler içerisinde gizlendiğini fark etmek önemlidir. Bu nedenle, şirketlerin çevresel ve sosyal maliyetler gibi geleneksel sistemlerin cevaplayamadığı kritik alanlardaki bilgi ihtiyacının karşılanması gerekir (Arroyo, 2008:25).

Geleneksel muhasebe, çevresel kaynakların tükenmesini ve çevrenin bozulmasını göz ardı eder. Eleştirmenler, milli gelirin bir ölçüsü olarak gayri safi yurtiçi hasılanın (GSYİH) çevre faktörünü gözden kaçırdığını ve bu nedenle yeşil muhasebeyi içerecek şekilde revize edilmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu amaçla BM, 1993 yılında Entegre Çevresel ve Ekonomik Muhasebe Sistemi (EÇEMS) hakkında bir el kitabı yayınlamıştır. Yeşil muhasebe, kıt doğal kaynakların tükenmesine odaklanan EÇEMS'yi esas alır (Sadiku ve diğ., 2021:60).

Sosyal ve çevresel krizlerin artan önemiyle birlikte, son yirmi yılda yeşil muhasebe bilim adamları ve uygulayıcılarından büyük ilgi görmeye başlamıştır. Yeşil muhasebe, muhasebe sürecinde kurumsal varlıklarla doğrudan veya dolaylı olarak ilişkili olan çevresel ve sosyal nesneleri, olguları veya olayları görmezden gelmesi muhtemel olduğu düşünülen geleneksel

muhasebe zayıflıklarına yönelik güçlü eleştirileri en aza indirmek amacıyla geliştirilmiştir. Bu ihmal, muhasebe sürecinde üretilen ve değerleme ve karar alma için taraflara finansal tablolar aracılığıyla sunulan muhasebe bilgilerinin daha finansal, kısmi, eksik ve daha az doğru, daha az ilgili ve daha az güvenilir ve yanıltıcı olarak değerlendirilmesine neden olmuştur. Geleneksel muhasebe temelli muhasebe bilgisi, son yıllarda giderek artan ciddi çevresel ve sosyal krizlerin destek ve tetikleyicisi olmakla da suçlanmıştır (Lako, 2018:68-69).

SONUÇ

Sürdürülebilirlik ve yeşil yönetim uygulamalarının bir sonucu olarak yeşil muhasebe, çok sayıda uzman tarafından sürdürülebilir kalkınma kavramıyla eş zamanlı olarak geliştirildi ve başlangıçta sürdürülebilir kalkınmanın iki ayağı olan çevresel ve ekonomik yönler ile bunlar arasındaki ilişkilere odaklanmıştır. Sonraki süreçte bu boyutlara sosyal boyutta dahil olmuştur. Yeşil muhasebe, çevresel maliyetlerin belirlenmesi, ölçülmesi, dağıtılması ve bu çevresel maliyetlerin iş kararlarına entegre edilmesi ile bu bilgilerin paydaşlara iletilmesini içerir. Bu bağlamda yeşil muhasebe, kullanıcılara bir ekonomik sistemin çevresel performansının net ve eksiksiz bir resmini sağlamak için çevrenin neden olduğu finansal etkilerin yanı sıra o ekonomik sistemin çevresel etkilerini de kaydeder, analiz eder ve raporlar.

Bu bağlamda yeşil muhasebe geleneksel muhasebe bilgi sistemi tarafından karşılanamayan önemli bir bilgi boşluğunun doldurulmasında hayati role sahiptir. Son çeyrek asırda dünyada yaşanan doğal ve çevresel gelişme ve krizler dikkate alındığında işletme-çevre etkileşiminin ne derece önemli olduğu ve gelecekte neden daha da önemli olacağı net olarak görülmektedir.

Bunun doğal bir sonucu olarak işletme ile ilgili olan paydaşların işletme-çevre etkileşimine dayalı bilgi ihtiyacı da her geçen gün artmakta ve bu bilgi karar alıcılar tarafından önemli bir bilgi olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle geleneksel muhasebe bilgi sistemi ve mevzuatı ile karşılanamayan bu bilgi ihtiyacının giderilmesinde yeşil muhasebeye olan ihtiyaçta her geçen gün artmış ve artmaya devam etmektedir.

Yaşanan gelişmeler ışığında sürdürülebilirlik için yeşil yönetim anlayışının hayata geçirilmesinde iç bilgi kullanıcısı olarak yöneticilerin doğru karar alması için gerekli bilginin sağlanması gerekir. Yöneticilerin aldıkları kararlarda işletmeyi ilgilendiren ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerin değerlendirilebilmesi için gerekli olan bilginin üretilmesi gerekir. Bunun geleneksel muhasebe sistemi tarafından karşılanması mümkün olmadığından bu noktada yeşil muhasebe kilit bir rol oynamaktadır. Benzer şekilde dış bilgi kullanıcısı olan paydaşların işletmeyle ilgili doğru değerlendirme yapabilmeleri için de işletme faaliyetlerinin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerine ilişkin bilgilendirilmeye ihtiyaçları vardır. Geleneksel muhasebe sisteminde dış bilgilendirme aracı olarak kullanılan mali tablolar yolu ile bunun sağlanması mümkün olmadığından bu boşluğun doldurulmasında da yeşil muhasebeye ve onun sağlayacağı bilgi ve raporlara ihtiyaç duyulmaktadır.

KAYNAKÇA

1. Agustia, D. (2020). Innovation, environmental management accounting, future performance: evidence in Indonesia. Journal of Security and Sustainability Issues, 9(3), 1005-1015. https://doi.org/10.9770/jssi.2020.9.3(24)
2. Arroyo, P. (2008). The Three Dimensions of A Sustainable Management Accounting System. Administrative Sciences Association of Canada (ASAC) Conference, ASAC 2008, Halifax, Nova Scotia HEC Montreal, 23-39.
3. Burlea, Ş. A. & Popa I. (2013). Legitimacy Theory, in Encyclopedia of Corporate Social Responsibility, Editors Samuel O. Idowu, Nicholas Capaldi, Liangrong Zu, Ananda Das Gupta, Springerverlag Berlin Heidelberg, 1579-1584, http://Www.Springerreference.Com/Docs/Html/ Chapterdbid/333348.Html
4. Dhar, B. K., Sarkar, S. M., & Ayittey, F. K. (2021). Impact of social responsibility disclosure between implementation of green accounting and sustainable development: A study on heavily polluting companies in Bangladesh. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 1– 8. https://doi.org/10.1002/csr.2174
5. Ignat, G., Timofte, A.A. & Acostăchioaie, F. (2016). Green Accountıng Vs Sustaınable Development, Lucrări Ştiinţifice, Seria Agronomie, Vol. 59(1), 245-248.
6. Lako, A. (2018). Conceptual Framework of Green Accounting. Akuntan Indonesia, January-March 2018, 68-72.
7. Nemli, E. (2000). Çevreye Duyarlı Yönetim Anlayışı, İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 23–24 (Ekim 2000 - Mart 2001), 211-224. http://www.sbf.istanbul.edu.tr/dergi/sayi23- 24/17.htm, (çevrimiçi) 30.11.2009.
8. Özmehmet, E. (2008). Dünyada ve Türkiye Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları. Journal of Yaşar University, 3(12), 1853-1876.
9. Sadiku, M. N. O., Ashaolu, T. J., Adekunte, S. S., & Musa, S. M. (2021). Green Accounting: A Primer. International Journal of Scientific Advances, 2(1), 60-62. doi:10.51542/ijscia.v2i1.10
10. Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. The Academy of Management Review, 20(3), 571–610. https://doi.org/10.2307/258788
11. Teixeira, A. A., Jabbour, C. J. C., & de Sousa Jabbour, A. B. L. (2012). Relationship between green management and environmental training in companies located in Brazil: A theoretical framework and case studies. International Journal of Production Economics, 140(1), 318–329. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2012.01.009
12. WCED (World Commission on Environment and Development). (1987). Our Common Future. Oxford: Oxford University Press. ISBN 019282080X.



37.

The Effects of Ethics and Social Responsibility Perceptions on Work Involvement Self-Esteem and Job Performance

ETİK VE SOSYAL SORUMLULUK ALGISININ İŞE KATILIM BENLİK SAYGISI VE İŞ PERFORMANSINA ETKİLERİ

Dr. Derya Yücel*

Abstract

The importance of ethics and social responsibility is emphasized with studies carried out in different fields with each passing day. in particular, the concepts of ethics and social responsibility, which are discussed with different dimensions within the scope of their impact on employee behavior, have come to the fore in the last twenty years due to their important effects on the creation of a good working environment and employee behavior in organizations. in this study, designed in this framework, the effects of the importance given to ethics and social responsibility on work involvement, self-esteem and job performances are investigated.

In this context, the data obtained through questionnaires from 220 managers and employees in the manufacturing sector were used in the study conducted in Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu and Yalova provinces located in East Marmara Development Agency region and Istanbul in Turkey. According to the findings obtained with the help of partial least square structural equation analysis; The increase in employees' perception of ethics and responsibility

***Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Economics and Administrative Sciences.**

significantly increases their work involvement and self-esteem. in addition, it was observed that the job performance of the participants whose work involvement and self-esteem increased significantly increased.

Keywords: Ethics, social responsibility, work involvement, self-esteem, job performance

ÖZET

Etik ve sosyal sorumluluğun önemi her geçen gün farklı alanlarda yapılan çalışmalarla vurgulanmaktadır. Özellikle çalışan davranışlarına etkisi kapsamında değişik boyutları ile ele alınan etik ve sosyal sorumluluk kavramları örgütlerde iyi bir çalışma ortamının oluşturulmasına ve çalışan davranışına olan önemli etkileri nedeni ile son yirmi yıl içerisinde ön plana çıkmaktadır. Bu çerçevede tasarlanan çalışmada etik ve sosyal sorumluluğa verilen öneminin işe katılım, benlik saygısı ve iş performansı üzerindeki etkileri araştırılmaktadır.

Bu kapsamda Türkiye'de İstanbul ve Doğu Marmara Kalkınma Ajansı bölgesinde yer alan Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu ve Yalova illerinde yapılan çalışmada imalat sektöründeki 220 yönetici ve çalışandan anket yoluyla elde edilen veriler kullanılmıştır. Kısmı en küçük kareli yapısal eşitlik analizi yardımıyla elde edilen bulgulara göre; çalışanların etik ve sorumluluk algısındaki artış işe katılım ve benlik saygılarını anlamlı şekilde artırmaktadır. Ayrıca işe katılımı ve benlik saygısı artan katılımcıların iş performanslarının da anlamlı şekilde arttığı gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Etik, sosyal sorumluluk, işe katılım, benlik saygısı, iş performansı

GİRİŞ

Son elli yıllık dönemde dünyada yaşanan ekonomik, çevresel ve sosyal krizler işletmelerin çevreleri ile etkileşiminin ne kadar önemli olduğunu ortaya koymuştur. Enron, WorldCom, Xerox ve Parmalat gibi büyük finansal skandalların yanı sıra Volkswagen ve iştirakleri olan Audi, Porsche, Skoda, Seat gibi markaların içinde yer aldığı dizel skandalı gibi çevre skandallarına kadar yaşanan pek çok olay kuruluşların içinde bulundukları topluma karşı sorumluluklarının sorgulanmasına neden olmuştur.

Öncelikli olarak finansal skandallarda olduğu gibi açıklanan mali tablolarla yatırımcıların yanlış veya eksik bilgilendirilmeleri ile yaşanan finansal krizlerle gündeme gelen bu olumsuz gelişmeler, çevre ile ilgili skandallarda olduğu gibi sadece finansal alanla sınırlı olmadığını ve doğal yaşam dengesini etkileyecek sonuçlar doğurduğunu da göstermiştir.

Wieland (2005)'e göre Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) anlayışı, işletmenin faaliyetlerinin işletme ile ilgili çıkar gruplarının menfaatine zarar verilmeden ve onların yararları gözetilerek yönetilmesine vurgu yapar ve bu yüzden etik değerlere yakından bağlıdır.

KSS kavramı işletmeyi ilgilendiren bilgilerin topluma doğru, tarafsız ve dürüst olarak açıklanmasını gerektirir. Bireysel düzeyde sorumluluk o kişinin tutum ve davranışlarını belirleyen kişisel değerlerinden etkilenir. Belirleyici olan bu kişisel değerlerin başında da etik değerler gelir. Bir örgütün etik değerleri ise o örgütü oluşturan bireylerin kişisel etik değerlerinden oluşur ve KSS bu temel üzerinde yükselir. Çünkü etik değerleri olmayan bir

kurumun topluma ve paydaşlarına karşı sorumlu davranış sergilemesi beklenemez (Yücel ve diğ., 2010).

Bu çerçevede çalışanlarında içinde bulundukları kurumun KSS ve etik değerlerinden etkilenmesi doğal bir sonuçtur. Bu noktadan hareketle ortaya konan bu çalışmada çalışanların içinde bulundukları kurumun KSS ve etik düzeyine ilişkin algılarının benlik saygıları, işe katılımları ve iş performanslarını nasıl etkilediğinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

LİTERATÜR

İşletme ile çevresi arasındaki etkileşimi açıklayan çeşitli teoriler vardır. Bu teorilerin en önemlilerinden birisi de paydaş teorisidir. Bu teori, şirketin sadece kendi çıkarları için faaliyet gösteren bir varlık olmadığını, aynı zamanda paydaşların çıkarlarına da hizmet etmesi gerektiğini ifade etmektedir (Agustia, 2020: 1008). Günümüzün sosyal sorumluluk anlayışının temelinde, işletmenin sadece hissedar ve ortaklara değil bütün çıkar gruplarına karşı sorumlu olduğunu kabul eden bu paydaş yaklaşımı vardır.

KSS, Carroll (1983) tarafından yapılan ve yaygın bir şekilde kabul gören tanıma göre "KSS, bir işletmenin faaliyetlerini ekonomik olarak karlı, yasalara uygun, etik ve sosyal olarak destekleyici olacak şekilde yürütülmesini içerir. Bu kapsamda sosyal sorumluluk sahibi olmak, firmanın etiğini ve para, zaman ve yetenek katkılarıyla içinde bulunduğu toplumu ne ölçüde desteklediğini tartışırken kârlılık ve yasalara uymanın en önde gelen koşullar olduğu anlamına gelir." şeklinde ifade edilmektedir.

Carroll (1991) KSS kapsamında dört tip sorumluluk alanına işaret etmektedir.

Ekonomik Sorumluluk: Kârlı olmak, kaynakları etkin bir şekilde kullanmak ve işletme fonksiyonlarına ilişkin stratejik kararlar almak.

Yasal Sorumluluk: Yasal kurumlar tarafından belirlenen kanun ve düzenlemelere uygun davranmak.

Etik Sorumluluk: Kanunların ötesinde, toplumsal norm ve beklentilere uyumlu davranmak.

Hayırsever Sorumluluk: Toplumun refah düzeyini ve yaşam standardını yükseltici faaliyetlere gönüllü olarak katılımda bulunmak.

İş etiği, ekonomik sistemdeki aktif katılımcıların davranışlarının, temel insani değerlere göre yönlendirilen, insanın refahına yönelik bir grup ahlaki ilke ve norm olarak tanımlanabilir. Yönetim açısından etik, karar vermede ve yönetmede neyin iyi neyin kötü olduğuna ilişkin standartlar oluşturur. Örgüt kültürünün bir parçası olan içsel değerlerle ilgilenir ve dış çevreye ilişkin sosyal sorumluluğa bağlı kararları oluşturur. Sosyal sorumluluk ve etik ilkelerine göre hareket eden firma, faaliyetlerini planlarken, eylemlerinin sonucu olarak ortaya çıkan tüm olumlu ve olumsuz yan etkileri göz önünde bulundurmalı ve olabilecek olumsuz etkileri en aza indirmeye çalışmalıdır (Grbac ve Lonc˘aric, 2009:145).

İş etiği ve sosyal sorumluluk hem normatif hem de tanımlayıcı bir bakış açısıyla değerlendirilebilir. Tanımlayıcı veya olumlu bakış açıları, bir olgunun var olduğunu tanımlar, açıklar ve/veya tahmin eder. Normatif bakış açıları, etiğin değerlendirilmesinde ve

geliştirilmesinde ne olması gerektiğini açıklar. Normatif bir perspektiften iş etiği, kurumsal kararlar için ilkeler, değerler ve normlarla ilgilidir. Tanımlayıcı bakış açısından, bir kuruluştaki iş etiği, kodlara, davranış standartlarına ve uyum sistemlerine atıfta bulunur ve tipik olarak müşteriler tarafından doğru veya yanlış olarak değerlendirilebilecek kararlarla ilgilidir. Bu nedenle, etik karar verme, tipik olarak, uygun davranış hakkında bireyler veya sosyal birimler tarafından iç örgütsel kararlarla ilişkilendirilir. Bu kararlar iç paydaşları ve dış paydaşları etkileyebilir. Normatif bir perspektiften KSS, ekonomik, yasal, etik ve hayırsever sorumlulukların yerine getirilmesi için değerler ve ilkelere odaklanır. Bu nedenle KSS konuları, sosyal konular, sürdürülebilirlik, tüketicinin korunması, kurumsal yönetim vb gibi kavramların değerlendirilmesi ile ilişkilidir. Dolayısıyla sosyal sorumluluk, paydaşlar üzerinde olumlu veya olumsuz etkilerle ilişkilendirilmektedir (Ferrell, 2019:492).

KSS kavramı her ne kadar kurumsal olarak ele alınsa da kurum davranışı onu oluşturan ya da etkileyen bireylerin davranışlarının bir bütünüdür. Scanlon (1998) sosyal sorumluluğun ahlaki sorumluluğun üstüne inşa edildiğini belirterek KSS'un arka planında sorumluluk sahibi bireylerin yer aldığını ifade etmektedir. Bu nedenle yakın ilişki içerisinde olduğu gözlenen KSS ve etik uygun davranışla ilgili olarak çalışanlar tarafından kişisel ve iş ile ilgili tutumlarla yakından ilişkilendirilir.

Çalışanların iş ile ilgili başarı ve tutumları üzerinde etkili olan değişkenlerin arasında işe katılım ve benlik saygısının önemli bir yeri vardır. İşe katılım, literatürde çeşitli şekillerde tanımlanmış olsa da ilk olarak işi benimseme anlayışından doğmuştur. İşi benimseme bireyin belirli iş sorumluluklarına göre şekillendirilmesi iken, buna karşın işe katılım ise, bireyin kendi işine aktif olarak katılma arzusunu ve genel olarak özdeşleşmesini ifade eder. Bu nedenle, işe katılımın, kişinin işinde başarma arzusuyla daha bağlantılı olduğu varsayılır (Mills, 2011:361).

İşe katılım ve işi benimseme kavramları sık sık birbirinin yerine kullanılsa da aslında farklı kavramlardır. İşe katılım bir çalışanın hayatında işin değeri hakkında normatif bir inançtır ve bu tutumsal durum onun önceki kültürel ve sosyalleşme faaliyetlerinin bir sonucudur. İşe katılım kavramı, çalışanların işler arasındaki katılım düzeyini değerlendirmede kullanılabilirken, işi benimseme belirli bir işle sınırlıdır. Ayrıca motivasyonel yaklaşıma göre, işe yabancılaşma ve işe katılım kavramları da aynı fenomenin zıt uçlarıdır. Bu durum, bir çalışanın tek boyutlu bilişsel tepkisini yansıtan tutumsal bir durumdur (Johari ve Yahya, 2016:557-558).

KSS ve etik algıları yüksek olan çalışanların içinde bulundukları örgüt ortamında işe katılıma arzularının yüksek olması beklenen bir sonuçtur. Zira daha önce de açıklandığı gibi KSS ve etik algısının yüksek olduğu örgütsel ortamların temelinde yüksek sorumluluk sahibi bireyler vardır. İşleriyle ilgili kendilerini sorumlu hisseden bireylerin, işleriyle ilgili daha aktif katılım göstermesi, aktif roller alması ve işleriyle daha çok özdeşleşmesi beklenen bir sonuçtur. Ayrıca bu tür bireyler aldıkları sorumluluğun örgütsel bir KSS ve etik ikliminin oluşumuna katkı sağladığını gördüklerinde içsel bir motivasyon olarak kendilerine duydukları saygı artar.

Rotenberry ve Moberg (2007)'ye göre işe katılımı yüksek olan çalışanlar, örgütsel hedefe ulaşmak için fazladan çaba gösterirler. Bunu yapan çalışanların üretken iş faaliyetlerine katılma olasılıkları daha yüksek olur ve bu da görev performansı ve örgütsel vatandaşlık davranışının

artması ile sonuçlanır.

Benlik saygısı, bireyin bir kişi olarak değerine ilişkin öznel değerlendirmesini ifade eder. Daha da önemlisi, benlik saygısı, bir kişinin nesnel yeteneklerini ve hatta başkaları tarafından nasıl değerlendirildiğini yansıtmaz. Benlik saygısı yaygın olarak kişinin "yeterince iyi" olduğu duygusu olarak kavramsallaştırılır ve sonuç olarak yüksek benlik saygısına sahip bireyler mutlaka diğerlerinden üstün olduklarına inanmazlar. Bu nedenle, benlik saygısı, narsist bireyleri karakterize eden aşırı benlik saygısı ve kendini büyütmenin aksine, kendini kabul etme ve kendine saygı duygularını içerir. Bu konuda yapılan çalışmaların sonuçları, benlik saygısının, önceki benlik saygısı ve başarı düzeylerini hesaba kattıktan sonra bile, bir kişinin önemli yaşam alanlarındaki başarısını ve refahını öngördüğüne dair güçlü kanıtlar sunmaktadır. Bu çalışmaların çoğu, benlik saygısı ve yaşam sonuçları arasındaki etkilerin yönünü test etmiş ve yüksek benlik saygısının yaşam başarısının bir sonucu değil, bir yordayıcısı olduğunu göstermiştir. Çalışmalar, evlilikte ve yakın ilişkilerde memnuniyet, sosyal ağ boyutu ve sosyal destek, fiziksel sağlık, ruh sağlığı, eğitim, istihdam durumu, iş başarısı iş tatmini ve suç davranışı dahil olmak üzere çok çeşitli olası sonuçları kapsamaktadır (Orth ve Robins, 2014:381-382). Bazı araştırmalar, yüksek benlik saygısının stresin etkilerini azalttığını, düşük benlik saygısının olumsuz etkilerinin ise zamanla hissedildiğini göstermektedir. Bu çalışmalarda ayrıca, yüksek benlik saygısının, stres veya diğer koşullar ne olursa olsun, daha mutlu sonuçlara yol açtığını göstermektedir. Bunların yanında yüksek benlik saygısı, insanları gruplar halinde konuşmaya ve grubun yaklaşımını eleştirmeye daha istekli hale getirir (Baumeister, 2003:1-2).

KSS ve etik algısı, bireylerin uygun davranış sergilemesi ve sorumluluklarını yerine getirmesini içeren değerler ve ilkelerle ilgilidir. Bu değer ve ilkelerin varlığı kişinin içinde bulunduğu iş ortamı ve çalışma koşulları açısından belirsizliği ve stresi azaltır, psikolojik iyi oluşu olumlu etkiler ve bu da benlik saygısı üzerinde olumlu etki doğurur. Bu nedenle KSS ve etik algısı yüksek bireylerin benlik saygılarının yüksek olması beklenen bir durumdur.

Meyer ve Peng (2005)'e göre iş performansı, bir kişinin davranışıyla ilgili olarak kuruluşa katkıda bulunduğu ve kuruluşun bunu üretken veya verimsiz olarak algılayabileceği çıktıyı ifade eder. Çalışanlar işverenin beklentilerini karşıladığında ve bu katkı şirketin başarısına atfedilebilir olduğunda iyi performans elde edilebilir. İş performansı, bireylerin iş görevlerini nasıl gerçekleştirdikleri ile ilgilidir. Eğitim ve doğal yeteneğe ek olarak, iş performansı, fiziksel olarak zorlu görevler, çalışan morali, stres seviyesi ve çalışma süreleri gibi işyeri ortamı faktörlerinden etkilenir. İyi tasarlanmış çalışma ortamları, düşük stres ve destekleyici bir işveren iş performansını büyük ölçüde artırabilir. İş performansı, işyeri üretkenliği ve güvenliğinin önemli bir parçasıdır.

Materyal Ve Metod

Yöntem, Ana Kütle ve Örneklem

Çalışma Marmara bölgesinde yer alan işletmeler dikkate alınarak anket yoluyla toplanan verilerle gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla İstanbul ve Doğu Marmara Kalkınma Ajansı bölgesinde yer alan Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu ve Yalova illeri anakütle kapsamında dikkate alınmış ve

bu illerde örnekleme yoluyla yapılan çalışmada imalat sektöründeki 220 yönetici ve çalışandan anket yoluyla elde edilen veriler kullanılmıştır. Kısmı en küçük kareli yapısal eşitlik analizi yardımıyla elde edilen bulgular SmartPLS ortamında analiz edilmiştir.

Araştırmanın Hipotezleri

Literatür bölümünde yer verilen açıklama ve tespitler ışığında araştırma kapsamında sırası ile aşağıdaki hipotezler test edilmektedir.

H1: KSS ve etik algısı arttıkça bireylerin işe katılımı da artar.

H2: KSS ve etik algısı arttıkça bireylerin benlik saygısı da artar.

H3: İşe katılım arttıkça iş performansı da artar.

H4: Benlik saygısı artan bireylerin iş performansı da artar.

Araştırmanın Kısıtları

Çalışmada 220 gözlemle sınırlı olduğundan genellenebilirlik için çok daha büyük örnek büyüklüklerinde uygulamalara ihtiyaç vardır.

Çalışmanın Covid-19 öncesi toplanan verilerden elde edilmiş olması nedeni ile Covid-19 sürecinin etkilerinin ve çalışma koşullarında oluşturduğu değişimin etkilerini yansıtmamaktadır.

Değişkenler ve Veri

Çalışmada kullanılan ölçüm aracının geliştirilmesinde literatürdeki farklı çalışma ve değişkenlerden yararlanılmıştır.

Bu amaçla KSS ve etik ölçümünde Singhapakdi ve diğ. (1995) tarafından geliştirilen ve pek çok çalışmada kullanılan ölçekten yararlanılmıştır. Ölçek, bireyin etik ve sosyal sorumluluğun önemine ilişkin algısını ölçer. Bu ölçek, bir kuruluşun genel etkinliği için etik ve sosyal sorumluluğun önemi hakkında dokuz adet genel ifadelerden oluşur.

Benlik saygısının ölçümünde Rosenberg (1986) Benlik Saygısı Ölçeği (RSE) kullanılmıştır. Ölçek daha önce Çuhadaroğlu (1986) tarafından "Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği" olarak Türkçeye çevrilmiş ve Yücel ve Solak (2012) tarafından muhasebe alanında ayarlanarak kullanılmıştır. Ölçek 10 maddelik bir öz bildirim ölçüsünden oluşmaktadır.

İşe katılımın ölçümünde Kanungo (1982) tarafından geliştirilip kullanılan altı ifadeden oluşan ölçekten yararlanılmıştır. Ölçekte olumlu ifadeler "kesinlikle katılıyorum"dan "kesinlikle katılmıyorum"a doğru puanlanmıştır. Olumsuz ifadeler ters puanlanmıştır. Kanungo'ya göre ölçekte elde edilen yüksek puanlar yüksek katılımı düşük puanlar ise düşün katılımı ifade eder.

İş performansının ölçülmesinde sübjektif ölçüm yaklaşımı benimsenmiş ve katılımcının kendi performansını karşılaştırmalı olarak puanlaması istenmiştir. Bu amaçla Shields ve ark. (2000) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçekte yer alan dört madde de, 1 = çok düşük ve 5 = çok yüksek olmak üzere beşli Likert tipi bir ölçekle ölçülmüştür.

Bulgular

Demografik Bulgular

Ankete katılan 220 katılımcıdan %63'i erkek ve %37'si de kadındır. Katılımcıların yaşları

19 ile 72 arasında değişim göstermekte ve %96'sı 20-50 yaş grubunda yer almaktadır. Ankete katılanların %96,5'i 1-30 yıl arası iş deneyimine sahiptir. Ayrıca katılımcıların %9,3'ü 1-10 yıl arası deneyime sahipken %90,7'si 10 yılın üzerinde deneyimlidir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde %18,3'ü lise ve altı, %16'sı ön lisans, %59,6'sı lisans ve %6,1'i lisansüstü eğitime sahiptir.

Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Ölçek ve değişkenlerin geçerlik ve güvenilirliklerinin incelenmesi için faktör ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Faktör analizinde değişken ve ölçeklerin geçerlilik güvenilirliklerine ışık tutmak için doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan analizlerde işe katılım ölçeğindeki 3. ve 5., benlik saygısı algısında ise 3., 5., 8., 9. ve 10. ifadeler düşük faktör yükleri ve istatistiksel olarak anlamlı olmamaları nedeni ile analizden çıkarılmıştır. Bunun sonucunda elde edilen ve Tablo 1'de yer alan faktör ve güvenilirlik analizi sonuçlarına göre faktör yüklenmeleri ve geçerliliklerinin kabul edilebilir sınırların üstünde olduğu görülmektedir.

Tablo 1: Faktör Yükleri ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Benlik Saygısı	Etik ve Sosyal Sorumluluk Algısı	İşe Katılım	İş Performansı	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
BS1	0.783				0.775	0.792	0.845	0.524
BS2	0.774							
BS4	0.603							
BS6	0.663							
BS7	0.777							
ESS1		0.618			0.836	0.849	0.872	0.433
ESS2		0.645						
ESS3		0.595						
ESS4		0.752						
ESS5		0.589						
ESS6		0.629						
ESS7		0.616						
ESS8		0.699						
ESS9		0.757						
İK1			0.882		0.725	0.862	0.785	0.489
İK2			0.668					
İK4			0.710					
İK6			0.475					

İP1				0.771	0.794	0.844	0.862	0.611
İP2				0.848				
İP3				0.765				
İP4				0.738				

Tabloda görüldüğü gibi değişkenlere ilişkin standardize edilmiş yüklenme katsayıları en az %47,5 ve üzerinde olup ağırlıklı olarak %70'in üzerindedir. Ayrıca tüm değişkenlerin güvenilirlik değerleri %70 ve üzerinde olup açıklanan ortalama varyans değeri de beklenen değer olan %50'ye yakın ve üzerinde sonuçlar vermiştir. Elde edilen bu bulgulardan Cronbach Alfa değerlerinin 0,70'in üstünde olması ölçüm aracında yer alan değişkenlerin kabul edilebilir ve yüksek iç tutarlılık güvenilirliğine sahip olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde Composite Reliability (Birleşik Güvenirlik) ve rho_A değerlerinin de 0,70'in üzerinde sonuçlar vermesi de değişkenlerin yapısal güvenilirliğin sağlandığına işaret etmektedir. Ölçüm aracında yer alan değişkenlerin geçerliliklerinin değerlendirilmesinde açıklanan ortalama varyans (AVE) değeri ve Fornell ve Larcker kriterinden yararlanılmıştır. Değişkenler için örnek büyüklüğü de dikkate alındığında AVE değerlerinin %50 ye yakın ve üstünde olması ayrışma geçerliliğinin sağlandığına işaret etmektedir. Ayrıca Tablo 2'de yer alan Fornell ve Larcker kriter değerleri incelendiğinde de değişkenlerin diğer değişkenlerle olan korelasyonunun ilgili değişkenin AVE değerinin karekökünden küçük olduğu dolayısıyla ayrışma geçerliliğinin sağlandığı görülmektedir.

Tablo 2: Fornell ve Larcker kriter değerleri

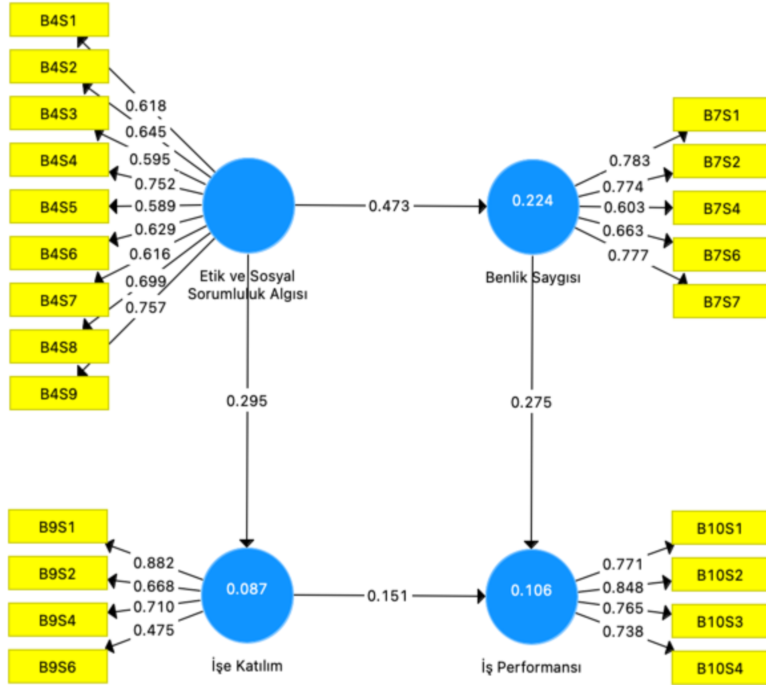
	Benlik Saygısı	Etik ve Sosyal Sorumluluk Algısı	İş Performansı	İşe Katılım
Benlik Saygısı	0.724			
Etik ve Sosyal Sorumluluk Algısı	0.473	0.658		
İş Performansı	0.289	0.282	0.782	
İşe Katılım	0.097	0.295	0.178	0.699

Değişkenler Arası İlişkilerin Analizi

Araştırmanın kapsamında değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesinde kısmı en küçük kareli yapısal eşitlik analizi yöntemi ve yol analizi kullanılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen ve istatistiksel olarak en az %1 düzeyinde anlamlı olduğu gözlenen standardize edilmiş değerlere ilişkin sonuçlar Şekil 1'de görülmektedir. Sonuçlar incelendiğinde çalışanların etik ve sosyal sorumluluk algılarının işe katılım ve benlik saygıları üzerinde olumlu etkisi olduğu görülmektedir. Benzer şekilde artan işe katılım ve benlik saygısı da iş performansı üzerinde

olumlu bir etkiye sahiptir.

Şekil 1: Değişkenler arası yol analizi sonuçları



İstatistiksel test sonuçları katılımcıların etik ve sosyal sorumluluk algısındaki artışın işe katılımı (0,295) benlik saygısını ise (0,473) standart etki düzeyinde anlamlı ve pozitif etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu durum araştırmanın H1 ve H2 hipotezlerinin kabul edildiği anlamına gelmektedir. Değişkenlerin açıklanan varyansları dikkate alındığında etik ve sosyal sorumluluk algısı ve işe katılım arasındaki ilişkide %8,7'lik anlamlı bir düzeltilmiş R2 değerinin olduğu dolayısıyla etik ve sosyal sorumluluk algısının işe katılımın güçlü bir açıklayıcısı olduğu söylenebilir. Benzer şekilde etik ve sosyal sorumluluk algısı ve benlik saygısı arasında %22,4'lük anlamlı düzeltilmiş R2 değerinin varlığı dikkat çekmektedir. Sosyal sorumluluk algısı ve benlik saygısı üzerinde de önemli bir yordayıcıdır.

Ayrıca işe katılım ve benlik saygısı iş performansının bağımsız yordayıcısıdır. İşe katılımdaki artış iş performansını (0,151), benlik saygısındaki artış ise (0,275) standart etki düzeyinde pozitif ve anlamlı şekilde etkilemektedir. Ayrıca modelin düzeltilmiş R2 değeri incelendiğinde bu iki değişkenin iş performansındaki varyansın %10,6'sını açıkladığı ve bunun istatistiksel olarak anlamlı bir değer olduğu görülmektedir. Bulgular ışığında araştırmada test edilen H3 ve H4 hipotezlerinin de kabul edildiği anlamına gelmektedir.

SONUÇ

Çalışma bulgularına göre çalışanın kuruma ilişkin etik ve sosyal sorumluluk algısındaki artış işe katılımı ve benlik saygısını artıran bir unsurdur. Bu durum yüksek etik değerlere ve sosyal sorumluluk bilincine sahip örgütsel ortamlarda görev alan çalışanların benlik saygılarının yükseldiği ve işe katılımlarının arttığını göstermektedir. İşe katılım ve benlik saygısındaki bu artış iş performansı üzerinde dolaylı bir pozitif etki de doğurmaktadır.

Blanco-Gonzalez (2020) sosyal sorumluluğun çalışanların işe katılımına katkısını analiz etmeyi amaçladığı çalışmada sosyal sorumluluğun sosyal sermaye, meşruiyet ve sadakat üzerindeki olumlu etkilerini ortaya koymuştur. Sonuçlar Obeidat (2016)'da KSS, çalışan bağlılığı ve örgütsel performans arasında gözlenen sonuçlarla benzerlik göstermektedir.

Bulgular Yücel ve diğ. (2010) tarafından muhasebe finans çalışanları üzerinde yapılan çalışmada raporlanan sosyal sorumluluk ve etik algısının iş tatmini üzerindeki olumlu etkisiyle de benzelik göstermektedir. Bulgular ayrıca muhasebe meslek mensupları örneklemini esas alan Yücel ve Solak (2012)'de raporlanan kurumsal sosyal sorumluluğun benlik saygısını artırdığı yönündeki bulguları teyit etmektedir.

Benlik saygısındaki artışın iş performansı üzerindeki doğrudan pozitif etkisinin varlığı özgüveni yüksek çalışanların performanslarının da yüksek olacağına deneysel kanıt sunar. Ayrıca işe katılım düzeyi yüksek olan bireylerin iş performansları artmaktadır. Bu bulgular Yücel ve Solak (2012)'de raporlanan benlik saygısı ve iş performansı arasındaki olumlu ilişki ile benzerdir. Bulgular ayrıca Hutman (1999), Ferris ve diğ. (2010) ve Kanayo (2016) bulgularını desteklemektedir.

Bulgular dikkate alındığında literatürde farklı bazı çalışmalarda elde edilen bulguların desteklendiği görülmektedir.

KAYNAKÇA

1. Agustia, D. (2020). Innovation, environmental management accounting, future performance: evidence in Indonesia. Journal of Security and Sustainability Issues, 9(3), 1005-1015. https://doi.org/10.9770/jssi.2020.9.3(24)
2. Baumeister, R.F., Campbell, J. D., Krueger, J.I., & Vohs, K.D. (2003). Does High Self-Esteem Cause Better Performance, Interpersonal Success, Happiness, Or Healthier Lifestyles? Psychologıcal Science in The Public Interest, Vol. 4, No. 1, May, 1-44.
3. Blanco-Gonzalez, A, Diéz-Martín, F, Cachón-Rodríguez, G, Prado-Román, C. (2020). Contribution of social responsibility to the work involvement of employees. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 27: 2588– 2598. https://doi.org/10.1002/csr.1978
4. Carroll, A.B. (1983). Corporate Social Responsibility: Will İndustry Respond to Cut-Backs İn Social Program Funding? Vital Speeches of The Day, 49, 604-608.
5. Carroll, A.B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility. Business Horizons, July-August, 39-48.
6. Çuhadaroğlu, F. (1986). Adolesanlarda Benlik Saygısı. Unpublished master's thesis, Hacettepe University, Tıp Fakültesi, Psikiyatri Bölümü, Ankara, Turkey.
7. Ferrell, O. C., Harrison, D. E., Ferrell, L., & Hair, J. F. (2019). Business ethics, corporate social responsibility, and brand attitudes: An exploratory study. Journal of Business Research, 95, 491–501. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.039
8. Ferris, D.L., Lian, H., Brown, D.J., Pang, F.X.J., & Keepıng, L.M. (2010). Self-Esteem And Job Performance: The Moderatıng Role of Self-Esteem Contıngencıes. Personnel Psychology, 63: 561-593. Https://Doi.Org/10.1111/

J.1744-6570.2010.01181.X

9. Grbac, B., & Lončarić, D. (2009). Ethics, social responsibility and business performance in a transition economy. EuroMed Journal of Business, Vol. 4 No. 2, pp. 143-158. https://doi.org/10.1108/14502190910976501
10. Hutman, E. (1999). The relationship between self-esteem and job performance. Florida International University. ProQuest Dissertations Publishing, 1999. 1394458.
11. Johari, J., & Yahya, K.K. (2016). Job characteristics, work involvement, and job performance of public servants. European Journal of Training and Development, Vol. 40 No. 7, pp. 554-575. https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2015-0051
12. Kanayo, D. O. (2016). The influence of self-esteem and role stress on job performance of technical college employees, International Journal of Online and Distance Learning, Vol.1, Issue 1 No.5, 58–75.
13. Kanungo, R. N. (1982). Measurement of job and work involvement. Journal of Applied Psychology, 67(3), 341–349. https://doi.org/10.1037/0021-9010.67.3.341
14. Meyer, K.E., & Peng, M. W. (2005). Probing theoretically into Central and Eastern Europe: transactions, resources, and institutions. Journal of International Business Studies 36, 600–621.
15. Mills, M. J. (2011). Associations among achievement measures and their collective prediction of work involvement. Personality and Individual Differences, 50(3), 360–364. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.10.020
16. Obeidat, B.Y. (2016). Exploring the Relationship between Corporate Social Responsibility, Employee Engagement, and Organizational Performance: The Case of Jordanian Mobile Telecommunication Companies. Int. J. Communications, Network and System Sciences, 9, 361-386. http://dx.doi.org/10.4236/ijcns.2016.99032
17. Orth, U., & Robins, R. W. (2014). The Development of Self-Esteem. Current Directions in Psychological Science, 23(5), 381–387. https://doi.org/10.1177/0963721414547414
18. Rosenberg, M. (1986). Conceiving the self. Krieger Publishing Company: Malabar, Florida.
19. Rotenberry, P.F., & Moberg, P.J. (2007). Assessing the impact of job involvement on performance. Management Research News, Vol. 30 No. 3, 203-215. https://doi.org/10.1108/01409170710733278
20. Scanlon, T. (1998). What we owe to each other, Harvard University Press.
21. Shields, M. D., Deng, F. J., & Kato, Y. (2000). The Design and Effects of Control Systems: Tests of Direct-and Indirect-Effects Models, in: Accounting. Organizations and Society, Vol. 25, 185-202.
22. Singhapakdi, A., Kraft, K. L., Vitell, S. J., & Rallapalli, K. C. (1995). The perceived importance of ethics and social responsibility on organizational effectiveness: A survey of marketers. Journal of the Academy of Marketing Science, 23(1), 49–56. https://doi.org/10.1007/BF02894611
23. Wieland, J. (2005). Corporate Governance, Values Management, And Standards: A European Perspective. Business and Society 44 (1), 74–93.
24. Yücel, R., & Solak, B. (2012). The Effects of Accountant Professıonals' Socıal Responsıbılıty Perceptıons on Self Esteem And Job Performance. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi , 26 (3-4) , 15-31 . Retrieved from https://dergipark.org.tr/en/pub/atauniiibd/issue/2707/ 35718
25. Yücel, R., Bulut, Ç. Gerni, M., & Şen, B. (2010). The Effects of Accounting & Finance Staffs' Perceptions of Ethical Climate and Corporate Social Responsibility on Job Satisfaction and Organizational Commitment. ICBME'10 6th International Conference on Business, Management And Economics, 7th to 9th October 2010, İzmir-TURKEY.



38.

Agile Manufacturing and it's Importance For Management Accounting

ÇEVİK ÜRETİM VE YÖNETİM MUHASEBESİ AÇISINDAN ÖNEMİ

Dr. Elif N. Demircioğlu*

ÖZET

Rekabet ortamında işletmelerin değişen koşullara uyum sağlayarak, müşterilerin farklı istek ve beklentilerini çabuk bir şekilde karşılayabilmesi gerekmektedir. Zira teknolojik gelişmelerle birlikte, müşterilerin her geçen gün ihtiyaç ve talepleri değişmekte, değişen bu talepleri zamanında karşılayabilmek için ise işletmelerin üretim ortamlarının esnek olması önemli olmaktadır. Bu noktada çevik üretim işletmeler için oldukça önem arz etmektedir öyle ki çevik üretim işletmelerin, maliyetleri ve kaliteyi kontrol ederek müşteri ihtiyaçlarını hızlı bir şekilde karşılayabilmek üzere esnek olmalarını sağlamaktadır. Bu doğrultuda çevik üretim, ürün maliyetleri ve kaliteyi de dikkate alarak, yenilikçi ürünlerle müşteri taleplerine hızlı bir şekilde cevap vermek üzere esnek bir şekilde üretim süreçlerinin tasarlanması olarak tanımlanabilir. İşletmede çevik yöntemlerin ve felsefesinin kullanılması, yönetime süreçlerdeki verimsizliği bulmaları ve ortadan kaldırmaları fırsatını sağlayarak, yönetim fonksiyonlarında etkinliği arttırmakta bu da işletmenin maliyetlerini azaltarak, karlılığını arttırmasını sağlamaktadır. Yönetim muhasebesi, planlama, kontrol ve karar alma fonksiyonlarıyla işletmenin esnek ve

***Assistant Professor, Cukurova University, Faculty of Economics and Administrative, Sciences.**

çevik olmasında oldukça önemli bir role sahip olmaktadır. Bunun yanında işletme stratejileri ve faaliyetlerindeki esneklik ve çeviklik, yönetim muhasebesinde değişiklikler ve yenilikler gerektirebilmektedir. Bu araştırmanın amacı, işletmelerin çevik üretim gerçekleştirebilmelerinde ve esnek olabilmelerinde yönetim muhasebesinin rolüne ilişkin araştırma yapmaktır. Bu çerçevede bu araştırmada öncelikle çevik üretim kavramı, kapsamı ve unsurları açıklanmış, ardından çevik üretimin muhasebeye ve yönetim muhasebesine olan etkisi incelenerek, yönetim muhasebesi tekniklerinin önemi teorik olarak ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Çevik Üretim, Muhasebe, Yönetim Muhasebesi

Abstract

Companies must satisfy their customers' different requests and expectations rapidly by adapting changing conditions in competitive environment. Because customers' needs and wants change each day by means of technological advances, the flexibility of companies' production process is significant to be able to satisfy these changing demands on time. in this situation agile manufacturing is crucial for companies because agile manufacturing provides companies being flexible to be able to meet their customers' requirements on time by controlling cost and quality. Within this context, agile manufacturing can be defined as designing production process of companies flexibly to fulfill customers' demand responsively and rapidly with innovative products by considering also product cost and quality. Application of agile methodologies and phylosophy in companies provides opportunity to find and eliminate inefficiencies in production process to management and by this way efficiency of management functions increases therefore cost of company can decrease and profitability can increase. Management accounting is significant for companies' agility with planning, controlling and decision making functions. Besides agility in companies strategies and operations can requires changes and improvements in management accounting. The purpose of this study is to explore the role of management accounting in companies agility and flexibility. Accordingly in this study, first agile manufacturing term, scope and characteristics were explained, then the effect of agile manufacturing on accounting and management accounting was examined and the importance of management accounting techniques was exposed.

Key Words: Agile Manufacturing, Accounting, Management Accounting.

GİRİŞ

Kalite, maliyet ve zaman temel rekabet avantajı unsurlarından olup, işletmelerin yoğun rekabet ortamında, rekabet avantajı yaratarak karlılıklarını arttırabilmelerinde yüksek kaliteli ürünleri, düşük maliyetlerle üreterek, müşterinin ihtiyaç duyduğu anda müşterilere sunabilmesi gerekmektedir. Günümüzde müşterilerin ihtiyaç ve beklentileri, teknolojik gelişmelerle de birlikte hızlıca değişmekte ve çeşitlenmekte, işletmelerin ise bu talepleri zamanında yerine getirebilmesi karlılıklarını arttırmalarında oldukça büyük önem taşımaktadır. Zira yüksek kaliteli ve düşük fiyatlı bir ürün, ihtiyaç duyulduğu anda müşteriye sunulamaz ise, bu ürünün müşteri gözünde değeri azalabilmektedir. Bu noktada çevik üretim kavramı önemli olmaktadır zira çevik üretim ile birlikte işletmelerin farklı çeşitte ürünleri çok esnek olarak çabuk bir

şekilde üretebilmesi ve müşteriye sunabilmesi mümkün olmaktadır. Öyle ki çevik üretim yöntemi, üretim sürecinin karmaşıklığı, müşterilerin isteklerinin çeşitliliği ve modern üretim ortamındaki gelişmelere doğal bir tepki olarak kabul edilmekte olup, üretim işletmeleri için çevik üretim, işletmelerin rekabet ortamında hayatta kalmasını sağlayan gelişmiş bir üretim paradigması olmaktadır (Elbaz, 2021:17; Vinodh, Prasanna ve Manoj, 2011:644).

Gelişen teknoloji ile birlikte işletmeler emek yoğun üretimden, sermaye yoğun üretime geçmiş ve bu doğrultuda teknolojiye dayalı üretimle birlikte çok fazla sayıda ve çok fazla çeşitte ürün üretebilmek mümkün olabilmiştir. Robotlar, otomasyon, bilgi teknolojileri, yapay zeka uygulamaları gibi çağdaş gelişmeler işletmelerin muhasebe sistemlerini de etkilemektedir (Taipaleenmäki, 2017:193). Teknolojiye dayalı üretim ürün maliyet yapısında değişikliğe sebep olmuş, bu kapsamda geleneksel maliyet sistemleriyle ürün maliyetlerinin doğru olarak belirlenmesi güçleşmiştir. Bu doğrultuda modern üretim teknolojilerinin kullanıldığı, farklı çeşitte ürünlerin üretildiği üretim ortamlarında, ürün maliyetlerinin daha doğru olarak belirlenebilmesi, doğru kararlar alınabilmesi ve işletme karlılığının arttırılabilmesi için modern maliyet ve yönetim muhasebesi teknik ve yöntemlerine ihtiyaç artmaktadır. Çevik üretimin gerçekleştiği üretim ortamlarında, çok çeşitli ürünlerin çabuk bir şekilde üretilmesi mümkün olmakla birlikte, bu üretim ortamlarında ürün maliyetlerinin doğru belirlenebilmesi ve ürünlerle ilgili doğru kararlar alınabilmesi için yönetim muhasebesine olan ihtiyaç artmaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı çevik üretim ortamında yönetim muhasebesinin önemini ortaya koymaktır. Bu kapsamda bu çalışmada öncelikle çevik üretim kavramı, kapsamı, unsurları ve avantajları anlatılacak, ardından çevik üretimin gerçekleştiği üretim ortamlarında yönetim muhasebesinin önemi ortaya koymak üzere, bu üretim ortamlarında kullanılabilecek ve faydalı olabilecek modern yönetim muhasebesi teknikleri açıklanacaktır.

ÇEVİK ÜRETİM

Son yıllarda teknolojide yaşanan yenilikler ve gelişmeler, üretim ve yönetim alanında yapılan çalışmalarla birlikte birçok yeni kavramın ortaya çıkmasına neden olmuştur ki "Çevik Üretim (Agile Manufacturing)" bu yeni kavramlardan birisidir (Kasap ve Peker, 2009:58). Tasarım, süreç planlama ve üretim kontrol sistemi dâhil olmak üzere ürünleri, üretim tesislerini ve destekleyici yazılımları hızlı ve düşük maliyetli bir şekilde oluşturmaya yönelik bir yönteme duyulan ihtiyaç, çevik üretim kavramının gelişmesine yol açmıştır (Gunasekaran, 1998:1223). Öyle ki işletmelerin yoğun rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmeleri için bu yeniliklere adapte olmaları oldukça büyük önem arz etmektedir.

Çevik üretim kavramı, 1991 yılında Lehigh Üniversitesi›nde yapılan devlet destekli bir araştırma etkinliğinin sonucunda ortaya atılmıştır (Gunasekaran, 1998, s.1223; Huang, 2002:517; Vinodh, Sundararaj, Devadasan & Rajanayagam, 2009:6944; Elbaz, 2021:2). Bu etkinlikte çevik üretim kavramı, ilk kez Iacocca Enstitüsü tarafından 1991 yılında yayınlanan "21st Century Manufacturing Enterprise Strategy" adlı raporda yer almıştır (Kasap ve Peker, 2009:63). Bu raporda işletmelerin, yeni bir rekabetçi çevre, kişiselleştirilmiş ürünlere olan taleplere hızla cevap verme ve çevik olabilmek için esnek teknolojilerin yüksek yeteneklerle

donatılmış ve bilgi birikimine sahip, motive edilmiş ve yetkilendirilmiş işgücü ile entegre edilmesi gerektiği belirtilmiştir (Kasap ve Peker, 2009:63). Çeviklik, hızlı hareket etmek ve atik olmak anlamına gelen bir kavram olup, bir işletmenin sürekli değişimin olduğu rekabetçi bir pazarda büyüme, ürünlere müşteri odaklı değer belirleme ve hızla değişen pazarlara hızla yanıt verme yeteneği olarak tanımlanabilmektedir (Kretschmer, Pfouga, Rulhoff ve Stjepandić, 2017:293; Kasap ve Peker, 2009:63). İşletmeler için çeviklik, rekabet gücünü artıran işbirliği anlamına gelmektedir ki iş dünyasında çevik olmak, değişim ve belirsizliğe hakim olmak ve işletme çalışanlarını, araçlarını üretimin tüm yönlerine entegre etmeyi gerektirmektedir (Gunasekaran, 1998:1223).

Çevik üretim, "işletmenin karlılığını ve rekabet üstünlüğünü kaybetmeden müşterilerin değişen taleplerine uygun bir şekilde cevap verebilme kapasitesi" olarak tanımlanabilmektedir (Vinodh ve diğerleri, 2009:6944). Gunasekaran (1998:1223), çevik üretimi, müşteri tarafından tasarlanan ürün ve hizmetler tarafından yönlendirilen, değişen piyasa koşullarına hızlı ve etkili bir şekilde tepki vererek, yoğun rekabet ortamında hayatta kalma ve gelişme yeteneği olarak tanımlamıştır. Bir başka tanıma göre ise çevik üretim, üretim işletmelerinin rekabet etme gücünü iyileştirme yönünde ortaya çıkan yeni bir kavram olup, işletmenin pazar taleplerine hacim ve çeşitlilik açısından hızlı bir şekilde cevap verebilme yeteneğidir (Akman ve Keskin, 2011:55). Koç ve Geneş (2020:103-105) çevik üretimi, işletmedeki üretimin, farklı piyasa koşullarına ve müşteri talep değişikliklerine hızlı bir şekilde ve düşük bir maliyetle karşılayabilme yeteneği olarak açıklamışlardır. Farklı bakış açılarından yapılan bu tanımlamalar göstermektedir ki, çevik üretimin temel amacı ve özelliği, üretim ortamındaki ve değişen çevredeki beklenmeyen değişikliklere hızlı ve doğru bir şekilde yanıt vermektir (Huang, 2002:517; Ifandoudas & Chapman, 2009:693).

Çevik üretim yeni bir üretim yönetimi kavramı ve felsefesi olup, değişen pazar taleplerini yerine getirmek üzere, dış çevredeki değişimlere ve belirsizliklere daha çabuk, etkin ve ekonomik bir şekilde cevap verebilmek için işletmenin işgücü, bilgi ve yetenekleri gibi iç kaynaklarını işletme dışı uzmanlıkla entegre etmektedir (Huang, 2002:517). Çevik üretimin özellikleri; müşteri odaklılık, ortaklık yapısı, bilgi sistemleri, insan kaynakları, üretim teknolojisi ve çeviklik performansı olarak ele alınabilmekte olup, Iacocca Enstitisüne göre çevik üretimin özellikleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Turan, 2016:68-69);

Tüm faaliyetler için eş zamanlılık

Tüm personel için sürekli eğitim

Müşteri hassasiyeti

Değer yaratan faaliyetler

Ekiptekiler için yetkilendirme

Çevresel ilişki ve proaktif felsefe

Ulaşılabilir ve uygulanabilir bilgi

Yetenekli ve bilgili çalışanlar

Açık sistem yapısı

Hatasız tasarım

Toplam kalite yaklaşımı

Kısa çevrim süreleri

Teknoloji bilgisi ve liderlik

Girişim bütünleşmesi

Vizyon tabanlı yönetim

Çevik üretimin unsurları insan, bilgi, müşteri istekleri, değişim, işletme içi ve dışı koordinasyon olup, ilkeleri, müşterilere değer sağlamak, değişime hazır olmak, insan bilgi ve becerilerine değer vermek ve sanal ortaklıklar kurmak şeklinde sıralanabilmektedir (Koç ve Geneş, 2020:103-105; Gunasekaran, 1998:1223). Bu doğrultuda çevik üretimin gerçekleştirilebilmesi için gerekli unsurlar aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Kasap ve Peker, 2009:64);

Müşteriye artı değer sağlamak

Çalışanların bilgi ve becerilerine değer vermek

Çalışanları yetkilendirmek

Güç birliği oluşturmak

Bilgi teknolojisi kullanmak

Bilgi ağı oluşturmak

Çevik üretim, ani pazar değişikliklerine ve müşteri taleplerine hızlı yanıt verme yeteneğini ifade etmektedir ki bu yeteneğe sahip olmak için işletmeler bir üretim sistemi kurmakta ve geliştirmektedir (Koç ve Geneş:103). Çevik üretimle, müşteriye hızlı dönüşler sağlanmasının yanında, kaliteli ve düşük maliyetli ürünler üretmek hedeflenmektedir (Turan, 2016:68). Öyle ki çevik üretim ile müşterilerin ihtiyaç duydukları çok farklı çeşitte ürünleri çok çabuk bir şekilde üretip sunabilmek için, müşterilerin şimdi neye ihtiyacı olduğunu ve gelecekte neye ihtiyaç duyacağını öğrenmek gerekmektedir (Gunasekaran, 1998:1223). Çevik üretim, yalın üretim ve esnek üretime benzemekle birlikte, bu sistemlerin özelliklerini içermesinin yanında, aynı zamanda müşteri, tedarikçi ve pazar gereksinimlerindeki değişiklikleri de bütünleştirmekte, çok miktarda bilgi teknolojisi kullanmakta ve taleplere hızla yanıt vermek için dinamik bir yaklaşım kullanarak esnekliği artırmaktadır (Huang, 2002:517). Yalın üretimin temel odak noktası üretimde israfı önlemek yoluyla maliyetleri azaltmak iken, çevik üretimin temel odak noktası ürünleri zamanında üretip müşteriye ulaştırabilmektir (Elbaz 2021:11). Özetle çevik üretim, yalın üretim ve esnek üretim sistemlerinin avantajlı yönlerinin kombinasyonu olarak düşünülebilmektedir (Vinodh ve diğerleri, 2009:6944).

ÇEVİK ÜRETİM VE YÖNETİM MUHASEBESİ

İşletmede planlama, karar alma ve kontrol faaliyetlerinin yerine getirilmesinde yönetim muhasebesi, işletmenin değişen çevreye uyum sağlama amacıyla çevik üretimde oldukça

büyük öneme sahiptir (Taipaleenmäki, 2017:175). Ayrıca işletme stratejileri ve faaliyetlerinde çeviklik yönetim muhasebesinde değişiklikler gerektirebilmektedir (Taipaleenmäki, 2017:175). Son zamanlarda araştırmalar çevik üretimde etkinliği sağlayabilecek yönetim ve muhasebe tekniklerine dikkat çekmektedir ki çağdaş yönetim muhasebesi tekniklerinden Kısıtlar Teorisi, Faaliyete Dayalı Maliyet Sistemi, Hedef Maliyet Sistemi, Toplam Kalite Yönetimi, Tam Zamanında Üretim sistemleri bunlardan bazılarıdır (Vinodh ve diğerleri, 2009:6944; Elbaz 2021:5-7; Huang, 2002:515; Vinodh ve diğerleri, 2011:644). Bu kapsamda bu bölümde çevik üretimin gerçekleştirildiği üretim ortamlarında yönetim muhasebesinin önemini ortaya koymak üzere, bu çağdaş yönetim muhasebesi tekniklerinin çevik üretim ortamlarındaki faydaları ve gereklilikleri açıklanacaktır.

Çevik üretimde Kısıtlar Teorisi yaklaşımının kullanımı fayda sağlayabilmektedir öyle ki kısıtlar teorisine göre bir sistemin hedeflerini gerçekleştirmedeki performansını sınırlayan unsurlar birer kısıt olarak tanımlanmakta ve bir bütün olarak sistemin performansını artırmak için bu kısıtların ortadan kaldırılması amaçlanmaktadır (Elbaz, 2021:5; Urban, 2019:179). Kısıtlar teorisi 5 adım sürekli iyileştirme felsefesinin benimsenmesi ile bir sistemin kısıtlarını etkin bir şekilde yönetmek mümkün olabilecek ve sürekli iyileştirme sağlanabilecektir (Elbaz, 2021:6). Zira kısıtlar teorisi 5 adım sürekli iyileştirme süreci, kısıtlar teorisinin temel bileşenlerinden olup, bu süreç ile kısıtların yönetimi sağlanarak işletmelerin üretim süreci daha etkin hale gelebilmekte, siparişler zamanında karşılanarak müşteri bağlılığı ve pazar payı arttırılabilmekte, gereksiz yarı mamul stoklarının azalmasından dolayı maliyetler azaltılabilmektedir ki tüm bunların sonucu olarak işletme karlılığı arttırılabilmektedir (Demircioğlu ve Akkaya, 2016:273; Ünal, Tanış ve Küçüksavaş, 2007:271; Ifandoudas & Chapman, 2009:694). Kısıtlar teorisi 5 adım sürekli iyileştirme süreci ile uyumlu bir yöntem olan Drum-Buffer-Rope (DBR) sistemi, çevik üretim yönteminin operasyonel boyutunun yerine getirilmesiyle sonuçlanan, bir sistemin süreç katkısını (throughput) arttırmak üzere kapasite kısıtlı kaynakları etkin bir biçimde yönetmede üretim sistemlerinin esnekliğini ve değişkenliğini geliştirmek için uygun bir yöntem olabilmektedir (Elbaz, 2021:6). Ifandoudas ve Chapman (2009), kısıtlar teorisinin çevik üretimde pratik bir yaklaşım olarak kullanılabileceğini ortaya koymak için ampirik kanıtlar sunmak üzere küçük ve orta ölçekli işletmelerde uygulama yapmışlardır.

Çevik üretim ortamlarında, faaliyetlerin maliyetlerinin doğru olarak belirlenmesinde Faaliyete Dayalı Maliyet Sistemi etkili bir yöntem olabilmektedir (Arnsdorf, Erickson ve Fox, 1998:2, 74; Vinodh ve diğerleri, 2009:6942). Zira modern üretim ortamlarında genel üretim giderlerinin ürünlere geleneksel hacim esaslı maliyet taşıyıcıları (üretim miktarı, direkt işçilik saati ve makine saati gibi) ile dağıtılması ürün maliyetlerinin hatalı belirlenmesine, bu durum da ürünlerle ilgili alınacak kararların yanlış olmasına sebebiyet vermekte bu noktada faaliyete dayalı maliyet sistemi önemli olmaktadır (Arnsdorf, Erickson ve Fox, 1998:2). Öyle ki modern üretim ortamlarında katma değer yaratan ve yaratmayan faaliyetlerin tespit edilerek, faaliyet maliyetlerinin doğru olarak belirlenmesi için faaliyete dayalı maliyet sistemi önem arz etmektedir zira faaliyete dayalı maliyet sistemi ile katma değer yaratan ve katma değer yaratmayan faaliyetler detaylı bir şekilde ayrıştırılabilmekte ve faaliyet analizleri ile

katma değer yaratan faaliyetlerin geliştirilerek verimli hale getirilmesi sağlanırken, katma değer yaratmayan faaliyetlerin ortadan kaldırılmasıyla maliyetler azaltılabilmektedir (Vinodh ve diğerleri, 2009:6942; Demircioğlu, 2016:69). Bunun yanında. faaliyete dayalı maliyet sistemi, faaliyetler üzerine odaklanarak sürekli iyileştirmeyi gerekli kılmaktadır ki bu durum kalitenin artmasını sağlarken maliyetlerin azalmasını sağlamakta ve karlılığı olumlu yönde etkilemektedir (Tanış, 2005:40). Vinodh ve arkadaşları (2009) çalışmalarında, toplam çevik tasarım sistemini faaliyete dayalı maliyet sisteminin ilkelerini uygulayarak dört aşamada tasarlamışlar ve sonuçta en yüksek ve en düşük maliyet yaratan faaliyetleri tespit edebilmişler ve yüksek maliyet yaratan faaliyetlerin maliyetlerini azaltmak için alternatif çözüm yolları önermişlerdir. Arnsdorf, Erickson ve Fox (1998), çevik üretim stratejisini desteklemek üzere küçük ölçekli işletmelerde faaliyete dayalı maliyet sistemini kullanmanın fayda ve maliyetini ölçmeyi amaçlayan çalışmalarında, bir grup küçük ölçekli işletmede faaliyete dayalı maliyet sistemini uygulayarak uygulama maliyetlerini belirlemişler ve uzun vadeli etkiyi ölçerek çevik üretimde faaliyete dayalı maliyetleme sisteminin fayda sağlayacağını ortaya koymuşlardır.

Çağdaş bir yönetim muhasebesi tekniği olan Hedef Maliyet Sistemi, çevik üretim uygulamalarının geliştirilmesinde önemli bir role sahip olup, çevik üretimin stratejik boyutunun gerekliliklerini karşılayabilme gücüne sahiptir zira her ikisi de müşteri odaklıdır ve maliyet, kalite, zamanında teslimat gibi rekabet unsurlarını koruyarak tüm müşteri beklentilerini, ihtiyaçlarını karşılayabilen ürünler üretebilmeyi hedeflemektedir (Elbaz, 2021:12, 17). Öyle ki hedef maliyet sistemi, ürünün yaşam dönemi boyunca toplam maliyetleri azaltmak için bir maliyet yönetim aracı olarak tanımlanabilmekte olup, hedef maliyet sistemi ile ürünlerin kaliteleri arttırılırken, sebep olduğu maliyetler azaltılarak beklenen kâr marjı elde edilebilmektedir (Kaya, 2010:313; Elbaz, 2021:4; Kefe ve Tanış, 2014:47).

Çevik üretimde etkinliği sağlayabilecek tekniklerinden birisi de Toplam Kalite Yönetimidir zira çevik üretim ortamlarında kalite sorunları, ürün üretim ve teslimat süresini, maliyetini ve ürün güvenilirliğini etkilediğinden, özellikle yüksek hassasiyetli ürün üretiminde en önemli sorunlardan biri olmaktadır (Toliušienė, Senkuvienė ve Mankutė, 2013:231; Vinodh ve diğerleri, 2009:6944). Kalite doğru bir şekilde geliştirildiği ve yönetildiği takdirde kusurlu ürünlerin oluşumu engellenebilmekte ve bu sayede kusurların düzeltmesi ile ilgili faaliyetlerin oluşumu önlenebilmektedir ve bunların sonucunda üretim sürecindeki gecikmeler ortadan kaldırılabilmektedir (Kefe ve Tanış, 2014:59). Toliušienė ve arkadaşları (2013), etkili bir toplam kalite yönetim sistemi ile israfın ortadan kaldırabildiğini ve işletmeye finansal ve sosyal faydalar sağlayabildiğini ifade ederek, çevik üretim ortamında kalite yönetiminin iyileştirilmesine yönelik uygulama yapmışlardır. Bunların yanısıra müşteri ihtiyaçlarına hızlı yanıt verme ve ürün üretme esnekliğini artırma hedeflerine ulaşmak ve otomasyonlu üretim sistemlerini kontrol etmek için "itme" ve Tam Zamanında Üretim (JIT) Sisteminde "çekme" üretim entegre modeli, çevik üretim ortamında etkin bir şekilde uygulanabilmektedir (Huang, 2002:515). Vinodh ve arkadaşları (2009:6944), tam zamanında üretim sisteminde kanban çekme sisteminin, toplam kalite yönetiminin ve tedarik zinciri yönetiminin, çevik üretimin etkinliğini arttırmayı sağlayan yöntemler olduğunu ifade etmişlerdir.

SONUÇ

Çevik üretim, yoğun rekabet ortamında müşteri beklentilerine ve üretimdeki değişikliklere hızlı ve doğru bir şekilde yanıt verilebilmesi için dinamik bir yaklaşım olup, teknolojinin yoğun olarak kullanıldığı bu modern üretim ortamlarında, ürün maliyetlerinin doğru bir şekilde belirlenebilmesi, doğru kararlar alabilmek ve işletme karlılığını arttırabilmek için modern maliyet ve yönetim muhasebesi tekniklerine olan ihtiyaç da artmaktadır. İşletmede planlama, karar alma ve kontrol faaliyetlerinin yerine getirilmesinde yönetim muhasebesi, işletmenin değişen çevreye uyum sağlama amacıyla çevik üretimde oldukça büyük öneme sahip olup, çevik üretim ortamları yönetim muhasebesinde değişiklikler gerektirebilmektedir (Taipaleenmäki, 2017:175). Bu noktada çevik üretim yöntemini muhasebe açısından inceleyerek, hangi maliyet ve yönetim muhasebesi araçlarının çevik üretim ortamlarında uygun olduğunu ortaya koymak önemli olmaktadır. Bu kapsamda bu çalışmada çevik üretim ortamlarında etkinliği arttırmak üzere yönetim muhasebesinin gerekliliğini ortaya koymak üzere yönetim muhasebesi tekniklerinden kısıtlar teorisi, faaliyete dayalı maliyet sistemi, hedef maliyet sistemi, toplam kalite yönetimi ve tam zamanında üretim sistemlerinin etkileri ve faydaları açıklanmıştır.

KAYNAKÇA

1. Akman, G., ve Keskin, G. A. (2012). İmalat Firmalarında Çevik Üretimin Algılanma Seviyesinin Değerlendirilmesi. Journal of Science and Technology of Dumlupınar University, (028), 53-66.
2. Arnsdorf, D. R., Erickson, R. A., & Fox, M. J. (1998). Activity-Based Costing for Agile Manufacturing Control. Industrıal Technology Inst Ann Arbor Mı.
3. Demircioğlu, E.N. ve Akkaya, N. (2016). Kısıtlar Teorisi 5 Adım Sürekli İyileştirme Sürecinin Boya Sektöründe Uygulanması, Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 18 (1); 269-295.
4. Demircioğlu, E.N. (2016). Yönetim Muhasebesinde Çağdaş Yaklaşımlar: Adana: Karahan
5. Elbaz, M. (2021). Towards Agile Manufacturing: Accounting Techniques Perspectives. Available At SSRN 3837719. 1-24.
6. Gunasekaran, A. (1998) Agile Manufacturing: Enablers and an Implementation Framework, International Journal of Production Research, 36:5, 1223-1247, DOI: 10.1080/002075498193291
7. Huang, H. H. (2002). Integrated Production Model in Agile Manufacturing Systems. The International Journal of Advanced Manufacturing Technology, 20(7), 515-525.
8. Ifandoudas, P., & Chapman, R. (2009). A Practical Approach to Achieving Agility–A Theory of Constraints Perspective. Production Planning & Control, 20(8), 691-702.
9. Kasap, G. C., ve Peker, D. (2009). Çevik Üretim: Otomotiv Ana Sanayinde Faaliyet Gösteren Bir İşletmenin Çevikliğinin Ortaya Konmasına Yönelik Bir Araştırma: Agile Manufacturing, Electronic Journal of Social Sciences, 8(27), 57-78.
10. Kaya, Gamze A., (2010), Hedef Maliyetleme, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20(1), 313-332.
11. Kefe, İ., ve Naci TANIŞ, V. (2014). Kalite Maliyetleri ve Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama. World of Accounting Science, 16(1).
12. Koç, E. ve Geneş, G. (2020). Bir Çevik Üretim Stratejisi Olarak Tekrar Konfigüre Edilebilir Üretim Sistemleri. International Congress of Management, Economy and Policy ICOMEP'20.)
13. Kretschmer, R., Pfouga, A., Rulhoff, S., & Stjepandić, J. (2017). Knowledge-Based Design for Assembly in Agile Manufacturing By Using Data Mining Methods. Advanced Engineering Informatics, 33, 285-299.
14. Taipaleenmäki, J. (2017). Towards Agile Management Accounting: A Research Note on Accounting Agility. Turunkauppak Kea, 175.

15. Tanış, V.N. (2005). Teknolojik Değişim Ve Maliyet Muhasebesi, Adana:Nobel
16. Toliušienė, N., Senkuvienė, I., & Mankutė, R. (2013). Quality Management System for Agile Manufacturing. Mechanika. 231-235.
17. Turan, H. (2016). Çevik Üretim İle Yalın Üretimin Karşılaştırılması. Journal of Life Economics, 3(Special), 61-76.
18. Urban, W., (2019), TOC Implementation in a Medium-Scale Manufacturing System With Diverse Product Rooting, Production & Manufacturing Research, 7(1), 178–194
19. Ünal, E.N., V.N. Tanış, Ve N. Küçüksavaş. (2007). "Kısıtlar Teorisi Ve Süreç Muhasebesinin Yönetim Muhasebesi Açısından Önemi", Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi: Öneri, 7(27). 23-35.
20. Vinodh S., Sundararaj, G., Devadasan, S.R. & Rajanayagam D. (2009) TADS-ABC: A System for Costing Total Agile Design System, International Journal of Production Research, 47:24, 6941-6966, DOI: 10.1080/00207540802320800
21. Vinodh, S., Prasanna, M. & Manoj, S. (2011). Decision Support System for Costing TADS in an Indian Modular Switches Manufacturing Organisation. International Journal of Indian Culture and Business Management, 4(6), 644-657.



39.

Orderıng Capacıty Varıables in Ports Wıth Multı-Crıterıa Decısıon Makıng Methods: Samsun Port Example

LİMANLARDA KAPASİTE DEĞİŞKENLERİNİN ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME YÖNTEMLERİ İLE SIRALANMASI: SAMSUN LİMAN ÖRNEĞİ

Dr. Selçuk Korucuk*

Küreselleşen dünya ve artan ticaret hacmi tüm taşıma türlerinin daha etkin ve verimli kullanılmasını gerektirmiş, denizyolu taşımacılığı dolayısıyla limanların bu noktada önemi daha da artmıştır. Çünkü limanlar ticaret, ulaşım ve müşteri memnuniyetinin sağlanmasına katkıda bulunmasının yanında tedarik zinciri yönetimi üzerinden yani üretimin devamlılığı noktasında önemli temel bileşenler olarak görülmektedir. Aynı zamanda limanlar bölgenin daha özelde şehrin ekonomik gelişimi için önemli olmakla birlikte istihdam açısından katma değer oluşturun yapılardır.

Son zamanlarda limanlara gelen gemi ve yük hacimlerinin ciddi oranda yükselmesi deniz taşımacılığına ilişkin limanların sayılarının ve kapasitelerinin artmasına sebebiyet vermiştir. Zira liman kapasite ve liman kapasite kullanım oranları liman işletme yöneticileri ve liman kullanıcıları için stratejik karar verme yönetimi çerçevesinde kritik planlama unsurlardır.

***Associate Professor, Giresun University, Bulancak Kadir KARABAŞ School of Applied, Sciences.**

Liman kapasite değişkenlerinin istenilen seviyede ve yeterli olması sunulan hizmetlerin etkili, ekonomik, hızlı, verimli ve güvenli olmasına yardım ederek limana olan hizmet talebi ve liman hizmet arzı arasındaki dengenin sağlanması ve maliyetlerin azaltılması hususunda kritik başarı unsurları olarak düşünülebilir.

Bu çerçevede çalışmada Samsun ilinde faaliyet gösteren liman işletmelerinde liman kapasite değişkenleri kriterlerinin sıralanması hedeflenmiştir. Buna yönelik olarak literatür taramasından elde edilen unsurlar, Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinden MOOSRA yöntemi ile değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre liman işletmelerinde liman kapasite değişkenlerinde en önemli kriterlerin sırasıyla "Gemi Yanaşma Yeri Uzunluğu", "İskele Genişliği" ve "Depolama Alanı" olduğu tespit edilmiştir. Daha az öneme sahip liman kapasite değişkeni ise "Liman Kapıları ve Kantarlar" olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler; Liman, Liman Kapasite, Liman Kapasite Değişkenleri, MOOSRA Yöntemi.

Abstract

The globalizing world and the increasing trade volume necessitated the use of all modes of transport more effectively and efficiently, and the importance of ports at this point increased due to maritime transport. Because ports, besides contributing to the provision of trade, transportation and customer satisfaction, are seen as important basic components through supply chain management, that is, at the point of continuity of production. At the same time, ports are important for the economic development of the region, more specifically the city, but they are structures that create added value in terms of employment.

Recently, the significant increase in the volume of ships and cargo arriving at the ports has led to an increase in the number and capacity of ports related to maritime transport. Because port capacity and port capacity utilization rates are critical planning elements for port operators and port users within the framework of strategic decision-making management. The fact that the port capacity variables are at the desired level and sufficient can be considered as critical success factors in ensuring the balance between the service demand for the port and the port service supply and reducing the costs by helping the services provided to be effective, economical, fast, efficient and safe.

In this context, in this study, it is aimed to list the criteria of port capacity variables in port enterprises operating in Samsun. For this purpose, the elements obtained from the literature review were evaluated with the MOOSRA method, which is one of the Multi-Criteria Decision Making methods. According to the results obtained, it has been determined that the most important criteria in port capacity variables in port operations are "Ship Berth Length", "Wharf Width" and "Storage Area", respectively. It was determined that the less important port capacity variable was "Port Gates and Weighbridges".

Keywords; Port, Port Capacity, Port Capacity Variables, MOOSRA Method.

GİRİŞ

Küreselleşme süreci ve uluslararası ticaretin gelişmesi taşımacılığın rolünün ve öneminin artmasına sebebiyet vermiştir. İşletmelerde taşımacılık kavramının hayati olarak görülmesi özellikle teknolojik ve ekonomik avantajlardan daha fazla yararlanma isteği limanlarda kapasite, kapasite kullanım oranı gibi hususlar üzerine daha çok odaklanmayı gerektirmiştir. Çünkü limanlar kapasiteleri oranında gelişebilir, büyüyebilir, hizmet verebilir ve müşteri memnuniyetini karşılayabilir. Aynı zamanda maliyet avantajı ve rekabet gücü sağlamanın bir yolu da liman kapasitesi değişkenlerinden geçmektedir.

Kapasite kavram olarak; mal ve hizmet üretebilme yeteneği ve olanakları hakkında fikir veren bir kavramdır. Başka bir deyimle kapasite bir işletmenin üretim gücü ölçüsü olarak ifade edilebilir. Kapasite tanımı üretim faaliyetine katılan her işletme, atölye ve makine için söz konusu olabileceği gibi, bir insan ve diğer canlılar için de söz konusu olabilen geniş bir kavramdır (Orhan ve Bozdemir, 2009). Limanlarda kapasite ise, yük elleçleme gibi belirli bir hizmeti sağlama yeteneğini gösteren altyapının önemli bir özelliği olarak nitelendirilirken (Dekker, 2005). Başka bir tanımda ise bu kavram hâlihazırda bulunan altyapı, üstyapı, ekipman ve iş gücü ile bir limanın elleçleyebileceği yük miktarı ve hizmet vereceği gemi sayısını ifade eder (Esmer, 2019).

Liman kapasitesi bir limanın mevcut imkânları ile elleçleyebileceği yük hacmidir. Doğru kapasite analizi, limanın ne kadar yük elleçleyebileceği dolayısıyla ekipman veya altyapı yatırımlarına ne zaman başlaması gerektiğini gösterdiğinden kapasite limanlardaki en önemli göstergedir. Aynı zamanda limanlara gelen yük zamanın bir fonksiyonudur. Elleçlenen yük hacimleri aylık ve mevsimlik farklılıklar gösterdiğinden zamana bağlı değişimler yıllık elleçlenecek yük hacmini de doğrudan etkilemektedir. Bu yüzden zamana bağlı değişimler pik faktörü ile kapasite analizlerine dâhil edilmektedir. Zamana bağlı değişimler arttıkça pik faktörü de büyümekte ve yıllık elleçlenebilecek yük hacmi azalmaktadır (Oral, 2014).

Ulaştırma Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması Sonuç Raporu (2010), liman kapasitesine; elleçleme kapasitesi, depolama kapasitesi ve rıhtım kapasitesi başlıkları altında değinilmiştir. Limanın elleçleme kapasitesi, yıl içerisinde elleçleyebileceği yük miktarı olup yükün çeşidine, limandaki elleçleme ekipmanlarına, gemini tipi ve boyutuna göre değişmektedir. Limanın depolama kapasitesi, yıl içerisinde depolama alanlarında depolanabilen yük hacmidir. Depolama kapasitesini etkileyen faktörler limanın geri sahası, elleçleme ekipmanları, zemin özellikleri ve liman saha kaplaması olarak sayılabilir. Rıhtım kapasitesi ise yıl içerisinde rıhtıma yanaşabilen gemi sayısı ile ölçülmekte olup yanaşan geminin tipi ve boyutlarına, limanın yıl içerisinde hizmet verebildiği gün sayısına, rıhtımın uzunluğu ve derinliğine, demirleme alanına, limanda bulunan elleçleme ekipmanları ve liman sahasına bağlı olarak değişmektedir

Bichou, (2013), göre liman planlaması; yatırım, kapasite, tasarım, operasyon, strateji ve politika gibi faktörlerin aynı anda ele alındığı bir alandır. Liman planlamasının temel amacı: katlanılabilir maliyet, uygun fiyat ve hizmet seviyelerinde kapasite yetersizliği ve kapasite fazlalığı arasında dengenin kurulmasıdır. Yani kapasite, liman planlaması ve tasarımı üzerinde

doğrudan etkili olan unsurlardır (Ding vd. 2010).

Bu noktada limanlarda kapasite ölçümü önemli hale gelmektedir. Özellikle liman kapasite değişkenlerinin analizi ve değişkenlere yapılacak yatırımlar liman işletmeleri için kritik bileşenler haline gelmiştir.

Frankel, (1987), liman kapasite ölçümünde limanlarda; rıhtım sayısı, rıhtım işgal oranı, gemi tipi ve boyutu, çalışma saatleri ve çalışanların üretkenliği, atıl zaman, elleçlenen yük cinsi ve miktarının dağılımı, kullanıma uygun olan elleçleme ekipmanları, açık ve kapalı depolama alanları olarak ifade etmiştir.

Çağlar, (2012), ise limanlardaki kapasite değişkenlerini; gemi yanaşma yeri uzunluğu terminal yük elleçme ekipmanları apron genişliği, iskele genişliği, depolama alanı, liman kapıları ve kantarlar ile liman içi yollar şeklinde belirtmiştir.

Yukarıda ifade edilen limanlardaki kapasite değişkenleri maliyetlerin azaltılması, rekabetin sağlanması, rekabet gücünün artırılması ve müşteri memnuniyeti sağlanması noktasında işletmeler için önemli bileşenler olarak düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmada Samsun ilinde faaliyet gösteren liman işletmelerinde liman kapasite değişkenleri kriterlerinin sıralanması hedeflenmiştir. Buna yönelik olarak literatür taramasından elde edilen unsurlar, Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinden MOOSRA yöntemi ile değerlendirilmiştir.

Bu çerçevede liman kapasite / kapasite değişkenlerine yönelik sınırlı sayıdaki çalışmalar şu şekildedir; Niavis ve Tsekeris (2012), Güney-Doğu Avrupa Bölgesi'ndeki konteyner limanlarının teknik etkinliklerini ve kapasitelerini analiz ederek kıyaslamıştır. Park ve Yoon, (2014), rıhtım kapasitesini limandaki genel kargo yükleri için incelemişler ve yeni hesaplama yöntemi önermişlerdir. Akar ve Esmer (2015), Türkiye'deki konteyner limanlarının 2023 yılına kadar artan talebi karşılayacak kapasiteye sahip olup olmadıklarını araştırmışlardır. Jang ve diğerleri (2016), çalışmalarında kapasite değişkenleri olarak; rıhtım uzunluğu, rıhtım alanı ve liman vinç sayısını ve konteyner kargo kapasitesini incelemişlerdir. Gülmez ve Esmer, (2019), araştırmalarında limanlarda kapasite ölçümlerinin farklı araştırmacılar tarafından hangi yöntemlerle ve hangi perspektifte incelendiğini sistematik olarak analiz etmişlerdir.

Güzey, (2019), bir liman işletmesi için kapasite yeterlilik analizi incelemiş ve önerilerde bulunmuştur. Yıldırım, vd., (2020), konteyner terminallerinde park saha kapasitesinin belirlenmesi için bir maliyet optimizasyonu yöntemi geliştirilerek, simülasyon model çıktıları ile kapasite optimizasyonunu hedeflemişlerdir. Elmas, (2021) bir limanda tam sayılı doğrusal programlama ile araba terminallerinde kapasite analizi limandaki kapasite kısıtları dikkate alınarak ve yüklenen ihracat araçlarının en büyüklenmesi ile ele almıştır.

Bu noktada çalışmada ilk olarak limanlarda kapasite ile ilgili yapılan çalışmalar incelenmiş, sonra MOOSRA yöntemiyle alakalı bilgiler verilerek diğer adımda çalışmanın uygulama bölümüne geçilmiş, belirtilen yöntem çalışmanın problemine uygulanmış ve son adımda ileride yapılabilecek çalışmalara yönelik önerilerde bulunulan sonuç bölümüyle de çalışma tamamlanmıştır.

YÖNTEM

Samsun ilinde faaliyet gösteren liman işletmelerinde liman kapasite değişkenleri kriterlerinin sıralanmasının tespit edilmesinde Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemi olan MOOSRA yönteminden faydalanılmıştır. Çünkü ÇKKV yöntemleri; istatistiksel analiz tekniklerinden farklı bir biçimde uygulanmakta yani nesnel ve nesnel olmayan faktörlerin beraber değerlendirildiği yöntemlerdendir. Uzman görüşleri çerçevesinde analizler gerçekleştirilmekte aynı zamanda tek uzman görüşüne ya da bir grup uzman görüşüne göre çalışma şekillenebilmektedir (Korucuk, 2021).

Bu bölümde liman kapasite değişkenleri için belirlenen kriterlerin değerlendirilmesi kullanılan MOOSRA yöntemi anlatılmıştır.

MOOSRA Yöntemi

2012 yılında Das, Sarkar ve Ray tarafından geliştirilen yöntem kriterler, alternatifler veya özniteliklerin önem katsayıları va da bireysel ağırlıklarına göre nitelendirilen çok amaçlı ve optimizasyon yöntemlerinden biridir (Jagadish ve Ray; 2014).

MOOSRA yönteminde her bir alternatifin tüm performans değerleri hesaplanırken faydalı olan ve olmayan değerler normalize edilmiş performans değerlerinin toplamları basit oran yöntemi ile elde edilmektedir (Balezentiene - Streimikiene, vd., 2013).

MOOSRA yönteminin adımları aşağıda verilmiştir (Jagadish - Ray; 2014):

Adım 1. Karar Matrisinin Oluşturulması: Bu yöntemde alternatif ve kriterlerin listelendiği karar matrisi oluşturulması ile süreç başlar ve ilgili kriter veya alternatifin performansı aşağıdaki denklemdeki gibi oluşturulur.

$$X_{ij}= \begin{bmatrix} X11 & X12 & ... & X13 \\ X21 & X22 & \cdots & X23 \\ Xm1 & Xm2 & \cdots & Xmn \end{bmatrix} \quad (1),$$

Adım 2. Karar Matrisinin Normalize Edilmesi: Öznitelik değerinin 0-1 aralığına dönüştürme işlemi normalizasyon olarak ifade edilmektedir. Çok kriterli karar verme sürecinde karar matrisindeki değerlerin farklı birimlerden tek tip birime dönüştürülmesi gerekmekte ve normalizasyon işlemi bu nedenle kullanılmaktadır.

$$X_{ij}^* = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^{n} x_{ij}^2}} \quad (2),$$

değeri ith alternatifin jth üzerindeki normalize edilmiş değerini ifade etmektedir.

Adım 3. Alternatif Değerlerinin Tanımlanması: Bütün alternatiflerin performans değerleri (Yi) faydalı olan ve olmayan kriterlerin ağırlıklı toplamlarının basit oranı alınarak hesaplanmaktadır. Bu hesaplamada aşağıdaki Denklem (3) den faydalanılmıştır.

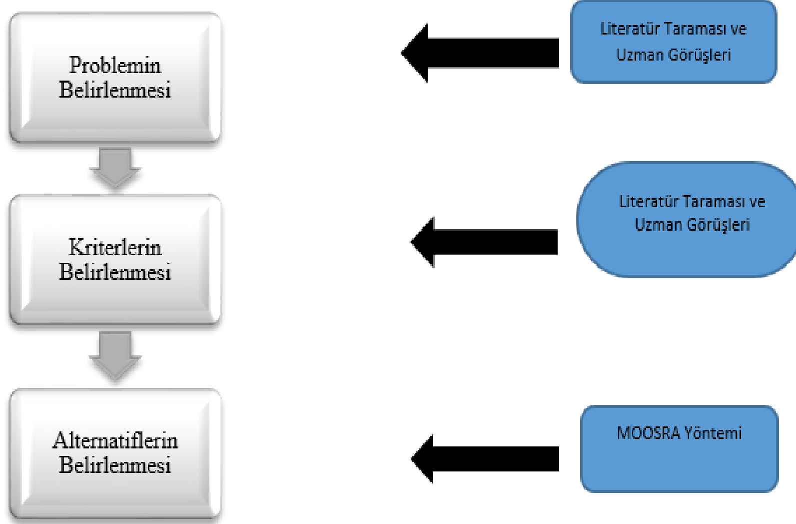
$$Y_i = \frac{\sum_{j=1}^{g} wjx_{ij}^*}{\sum_{j=g+1}^{n} wjx_{ij}^*} \quad (3),$$

Adım 4. Alternatiflerin Sıralanması: Son adımda alternatiflerin sıralanması işlemi gerçekleştirilir. Alternatifler azalan düzende sıralandığı zaman en iyi alternatif en yüksek değere sahip olan alternatif olmaktadır.

$$Y_i = \frac{\sum_{j=1}^{g} x_{ij}^{*}}{\sum_{j=g+1}^{n} x_{ij}^{*}} \qquad (4)$$

UYGULAMA

Çalışmada liman işletmelerinde liman kapasite değişkenlerinin belirlenmesi amacıyla çok kriterli karar modeli oluşturulmuştur.



Şekil 1. Çalışma Uygulama Adımları

Şekil 1'de yer alan uygulama aşamalarındaki sıraya göre işlemler gerçekleştirilmiştir. Buna durumda ilk olarak karar modeline göre literatür taraması ve uzman görüşleri faydalanılarak liman işletmelerinde liman kapasite değişkenleri belirlenmiştir. Belirlenen değişkenler aynı önem seviyesine haiz olmadığından dolayı, kriterlerin önceliklendirilmesine ihtiyaç olmaktadır. Bu anlamda, MOOSRA yöntemiyle liman işletmelerinde liman kapasite değişkenleri kriterlerinin sıralanması hedeflenmiştir.

Kriterler belirlenirken liman işletme yöneticileri (2) ve Akademisyenler'den (1) olmak üzere toplam 3 uzman görüşü alınmıştır. Ayrıca ilgili literatürün taranmasından Frankel, (1987), Ulaştırma Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması Sonuç Raporu (2010), (Çağlar,2012) ve Jang vd. (2016) çalışmalarından yararlanılarak aşağıdaki Tablo oluşturulmuştur.

Tablo 1. Karar Kriterleri

Kriterler
Apron Genişliği (K1)
Depolama Alanı (K2)
Liman Kapıları ve Kantarlar (K3)
Terminal Yük Elleçleme Ekipmanları (K4)
Gemi Yanaşma Yeri Uzunluğu (K5)
Liman İçi Yollar (K6)
İskele Genişliği (K7)

Kriterlerin Ağırlıklandırılması

MOOSRA yönteminden faydalanılan bu aşamada kriterlerin değerlendirilmesi amacıyla ikili karşılaştırma anketi oluşturulmuştur. Konunun paydaşları olan liman işletme yöneticileri (2), ve Akademisyenler (1) toplam 3 uzmana anket sunulmuştur. Bu kapsamda MOOSRA yöntemi uygulama adımları aşağıdaki tablolarda sunulmuştur. Tablo 2. de ise çalışmanın Karar Matrisi tablosu verilmiştir. Ayrıca liman işletmelerinin isimleri ile akademisyenlerin isimleri verilemeyecek olmasından dolayı, her bir işletme ve akademisyene sırası ile "A1'den A3'e kadar numaralandırma yapılmıştır.

Tablo 2. Karar Matrisi

Kriterler	A1	A2	A3
K1	3	5	8
K2	2	5	7
K3	3	1	3
K4	3	3	5
K5	4	5	3
K6	3	5	7
K7	3	2	2

Aşağıda verilen Tablo 3'te ise Normalize Edilmiş Karar Matrisi verilmiştir.

Tablo 3. Normalize Edilmiş Karar Matrisi

Kriterler	A1	A2	A3
K1	0,303	0,505	0,808
K2	0,227	0,566	0,793
K3	0,688	0,229	0,688
K4	0,458	0,458	0,763
K5	0,566	0,707	0,424
K6	0,316	0,527	0,738

K7	0,727	0,485	0,485

Bu kapsamda analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 4' de verilmiştir

Tablo 4. Kriter Ağırlıkları Tablosu

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7
Ağırlık	0,455	0,555	0,166	0,375	0,714	0,500	0,647
Sıralama	5	3	7	6	1	4	2

Tablo 4'e göre limanlarda kapasite değişkenlerin etki eden en önemli faktörlerin sırasıyla" Gemi Yanaşma Yeri Uzunluğu", "İskele Genişliği" ve "Depolama Alanı" olduğu tespit edilmiştir. Diğer önem düzeyi kapasite değişkenleri ise sırasıyla" Liman İçi Yollar" ve "Apron Genişliği" olduğu belirlenmiştir. En az öneme sahip liman kapasite değişkenleri de "Liman Kapıları ve Kantarlar" ile "Terminal Yük Elleçleme Ekipmanları" olduğu saptanmıştır.

SONUÇ

Limanlar dünya ticaretinde önemli bir yeri olan, rekabetin sürekli olarak arttığı sektörlerde ve operasyonlarda kilit görev üstlenen yapılardır. Aynı zamanda limanlar teknolojik değişimlerle birlikte maliyet olgusuna önem veren, etkinlik, kapasite ve verimlilik konularına daha çok eğilen sürekli gelişen ve yükseliş gösteren alanlardır. Çünkü küreselleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan yoğun rekabet ve pazar koşullarında etkin liman yönetimi, işletmelere, etkili ve düşük maliyetli çözüm olanakları sunması gerekmekteyken bunu sağlamasının bir yolu da limanlardaki kapasite yönetimi yani kapasite değişkenlerinden geçmektedir.

Bu noktada çalışmada Samsun ilinde faaliyet gösteren liman işletmelerinde liman kapasite değişkenleri kriterlerinin sıralanması yapılmıştır. Limanlarda kapasite değişkenlerin etki eden en önemli faktörlerin sırasıyla" Gemi Yanaşma Yeri Uzunluğu", "İskele Genişliği" ve "Depolama Alanı" olduğu tespit edilmiştir. Diğer önem düzeyi kapasite değişkenleri ise sırasıyla" Liman İçi Yollar" ve "Apron Genişliği" olduğu belirlenmiştir. En az öneme sahip liman kapasite değişkenleri de "Liman Kapıları ve Kantarlar" ile "Terminal Yük Elleçleme Ekipmanları" olduğu saptanmıştır.

Bu araştırma konunun tarafları olduğu düşünülen uzmanlarla görüşülmüş fakat zaman kısıdı sebebiyle çalışma Samsun ilinde gerçekleştirilmiştir. İleriki zamanlarda daha fazla limanları kapsayan benzer çalışmalar ile limanlar arasında kapasite değişkenlerinin sonuçları karşılaştırmalı olarak irdelenebilir.

Yapılan çalışma gelecekte başka çok kriterli karar verme ve/veya parametrik veya parametrik olmayan diğer metotlarla bulanık mantık ilave edilerek geliştirilebilir ve sonuçlar mukayese edilerek bir çıkarımda bulunulabilir.

KAYNAKÇA

1. Akar, O., Esmer, S. (2015). Cargo Demand Analysis of Container Terminals in Turkey. Journal of ETA Maritime Science, 3(2): 117-122.
2. Balezentiene, L.; Streimikiene, D.; Balezentis, T. (2013). Fuzzy Decision Support Methodology for Sustainable Energy Crop Selection, Renewable and Sustainable Energy Reviews, 17, 83-93.
3. Bichou, K., (2013). Port Operations, Planning and Logistics, Journal of the Transportation Research Forum.
4. Çağlar, V. (2012). Türk Özel Limanlarının Etkinlik ve Verimlilik Analizi. İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
5. Dekker, S. (2005). Port Investment: Towards an Integrated Planning of Port Capacity. Delft University.
6. Ding, Y.Z., 2010. Throughput Capacity of a Container Terminal Considering The Combination Patterns of The Types of Arriving Vessels. J. Shanghai Jiaotong Univ. 15, 124–128.
7. Elmas, G. (2021). Tam Sayılı Doğrusal Programlama ile Araba Terminallerinde Kapasite Analizi: Bir ArabaTerminalinde Uygulama . Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi, (23) , 322-329.
8. Esmer, S, (2019), Liman ve Terminal Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını No; 2647, Eskişehir.
9. Frankel, E. G. (1986). Port Planning and Development. A Wiley – Interscience publication, USA.
10. Gülmez, S, ve Esmer, S, (2019), Limanlarda Kapasite Ölçümü, 8. Ulusal Lojistik ve Tedarik Zinciri Kongresi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetimi Bölümü, 25-27 Nisan 2019, Niğde.
11. Güzey, H, (2019), Bir Liman İşletmesi İçin Kapasite Yeterlilik Analizi", (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa.
12. Jagadish, J.; Ray, A. (2014). Green Cutting Fluid Selection Using MOOSRA Method, International Journal of Research in Engineering and Technology, 3 (3), 559-563.
13. Jang, H.M., Park, H. ve Kim, S.Y. (2016). "Efficiency Analysis of Major Container Ports in Asia: Using DEA and Shannon's Entropy", International Journal of Supply Chain Management, 5(2):1-6.
14. Korucuk, S. (2021). Ordu Ve Giresun İllerinde Kentsel Lojistik Performans Unsurlarına Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(26), 141-155.
15. Niavis, S. ve Tsekeris, T. (2012). "Ranking and Causes of Inefficiency of Container Seaports in South-Eastern Europe", European Transport Research Review, 4(4):235-244.
16. Oral, E.Z. (2014). Genel Kargo Limanlarının Kapasite Analizi. 8. Kıyı Mühendisliği Sempozyumu, 7-9 Kasım 2014, İTÜ İşletme Fakültesi C Amfisi Maçka, İstanbul.
17. Orhan, S. & Bozdemir, E. (2009). Üretim İşletmelerinde Atıl Kapasite Maliyetleri, Muhasebeleştirilmesi ve Örnek Bir Uygulama . Muhasebe ve Finansman Dergisi , (43) , 54-64.
18. Park, N., Yoon, D., Park, S. (2014), Port Capacity Evaluation Formula for General Cargo, The Asian Journal of Shipping and Logistics, 30(2): 175-192.
19. Ulaştırma Kıyı Yapıları Master Plan Çalışması (2010), Sonuç Raporu. Ankara.
20. Yıldırım, M. S. , Aydın, M. M. & Gökkuş, Ü. (2020). Konteyner Terminallerinde Ağır Vasıta Park Sahası Kapasitesinin Simülasyon Yöntemi ile Optimizasyonu . Journal of the Institute of Science and Technology , 10 (2), 1066-1078.



40.

Financial Policies to Ensure Justice in Income Distribution in the Islamic Economy

İSLAM EKONOMİSİNDE GELİR DAĞILIMINDA ADALETİ SAĞLAMAYA YÖNELİK MALİ POLİTİKALAR

Dr. Ferhan Çakır*

Dr. Serpil Ağcakaya**

ÖZET

Günümüz mali yapılarında adalet ve etkinlik arasındaki çatışma henüz tam çözülebilmiş değildir. Maliye politikasının temel amaçlarından birisi olan gelir dağılımında adaleti sağlama amacı çoğu zaman ikincil plana itilerek, büyüme hedefine yönelik olarak etkinlik ön plana çıkmıştır. İslam mutlak bir eşit mülkiyet anlayışını benimsememekle birlikte yüksek ve düşük gelir grupları arasında uçurumların olmasını da onaylamamaktadır. Farklı gelir gruplarının bir arada yaşaması temeline dayanan bir yapı olarak gelir dağılımında adaletin sağlanması ve dolayısıyla sosyal barışının tesisi tarihsel süreç içerisinde İslami devlet anlayışının öncelikli hedefi olmuştur. Geçmişten günümüze İslam medeniyetlerinin mali yapıları incelendiğinde İslam dininin temel iktisadi prensipleri doğrultusunda şekillendikleri gözlenmektedir. Bu yapı içerisinde yer alan zekât, faizsiz finansman yöntemleri ve vakıflar-sandıklar gibi kurumlar gelir dağılımı adaletinin gerçekleştirilmesini sağlayan temel unsurlar olarak yer almaktadır. Çalışmada söz konusu unsurların İslam devletlerinin maliye sistemlerindeki yeri ve uygulama

***Lecturer, Pamukkale University, Çivril Atasay Kamer Vocational School.**

****Professor, Süleyman Demirel University, Faculty of Economics and Administrative Sciences.**

alanları incelenmiş, günümüz maliye sistemlerine gelir dağılımı adaletini iyileştirmede söz konusu yöntemlerden istifade edilmesi noktasında çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İslam, Gelir Dağılımı Adaleti, Faiz Yasağı, Zekât, Vakıf

Abstract

The conflict between justice and efficiency in today's financial structures has not been fully resolved yet. The aim of ensuring justice in the distribution of income, which is one of the main objectives of financial policies, has mostly been pushed to the background, and efficiency towards the growth target has come to the fore. Although Islam does not adopt an understanding of absolute equal ownership, it does not approve of the existence of gaps between high and low income groups. As a structure based on the coexistence of different income groups, ensuring justice in income distribution and thus establishing social peace has been the primary goal of the Islamic state understanding in the historical process. When the financial structures of Islamic civilizations from past to present are examined, it is observed that they have been shaped in line with the basic economic principles of Islam. Institutions such as zakat, interest-free financing methods, and waqfs-funds within this structure are the basic elements that ensure justice in the distribution of income. in this study, the place and application practices of these elements in the financial systems of Islamic states were examined, and various suggestions were made to make use of these methods to improve justice in the distribution of income in today's financial systems.

Keywords: Islam, Justice in the Distribution of Income, Interest Restriction, Zakat, Waqf

İSLAMDA EKONOMİK ADALET KAVRAMI

Toplumsal barışı özümseyen ve teşvik eden bir din olarak İslamiyet'in, iktisadi alanda özel mülkiyetin varlığını kabul eden ve koruyan, hakkaniyet sınırları içerisinde ticari hayata herhangi bir kısıtlama getirmeyen ve bazı temel emir ve yasakları ile fırsat eşitliğini, üretim ve bölüşüm adaletini ön plana çıkaran bir yapıya sahip olduğu görülmektedir.

İslam, tüm evreni yaratan tek mutlak güç olan Allah'ın insanı da yeryüzündeki halifesi olarak yarattığını ve bu görevi gerçekleştirebilmesi için gerekli olan ihtiyaçlarını karşılamak üzere nimetler verdiğini vurgulamaktadır. "Doğrusu sizi yeryüzüne yerleştirdik ve orada size geçim vasıtaları verdik. Ne kadar da az şükrediyorsunuz!" (Araf 7/10), "Gökleri ve yeri yaratan, gökten su indirip onunla size rızık olarak türlü türlü ürünler çıkaran Allah'tır, izni ile denizde yüzüp gitmeleri için gemileri emrinize veren, nehirleri sizin için faydalı olacak şekilde yaratan O'dur" (İbrahim, 14/32). "Yeryüzünü sizin için kullanışlı hale getiren O'dur. Üzerinde dolaşın ve Allah'ın rızkından yiyip için; (ama unutmayın ki) dönüş yalnız Allah'adır" (Mülk, 67/15). "Ey insanlar! Allah'ın üzerinizdeki nimetlerini hatırınızdan çıkarmayın. Allah'tan başka gökten ve yerden size rızık veren yaratıcı var mı? O'ndan başka tanrı yoktur. Öyleyse niçin haktan dönüyorsunuz?" (Fatır, 35/3).

Bu bağlamda, İslam'da mülkün tek gerçek sahibi Allah'tır ve fakat tasarruf etme yetkisi insandadır. İnsan, söz konusu nimetlerle ihtiyaçlarını karşıladığı gibi nimetlerle üzerindeki tasarruf etme yetkisi ile imtihana da tutulmaktadır. "And olsun ki sizi biraz korku ve açlıkla;

mallardan, canlardan ve ürünlerden eksiltmekle sınayacağız. Sabredenleri müjdele! (Bakara 2/155)". "Mal ve çocuklarınızın sizin için birer imtihan olduğunu ve büyük mükâfatın Allah katında bulunduğunu bilin" (Enfal 8 /28).

İslam, Allah'ın insanların rızkına kefil olmasını belirtmesine karşın ekonomik problemlerin temelinde insanlara verilen ve bir imtihan konusu edilen "tasarrufta bulunma" yetkisi bulunmaktadır. Söz konusu yetkinin olumsuz kullanılması beraberinde kaynakların israfı, gelir dağılımında adaletsiz, kıtlık vb. iktisadi ve dolayısıyla sosyal problemleri beraberinde getirmektedir.

Dünya ve içindekilerin Allah tarafından insanların faydalanması için yaratıldığı göz önüne alındığında herhangi bir kişinin bu haktan mahrum bırakılması ya da kullanımında önceliğe sahip olması adalet ruhuna ters düşmektedir. Herhangi bir aile, sınıf, ırk vb. yapı tekelcilik yolu ile kazanç sağlayarak ayrıcalıklı, imtiyazlı konuma geçmemelidir. İdeal yapı bireyin Allah'ın verdiği rızık için çalışması ve bunu gerçekleştirebilmesi için fırsat eşitliğine sahip olmasıdır. (Mevdudi, 2014: 52)

Öte yandan İslam, Allah'ın rızkının mutlak eşit olarak dağıtılmadığını belirtir. "Allah kiminize kiminizden daha fazla rızık verdi. Ama kendilerine fazla verilenler, rızıklarını ellerinin altındakilerle paylaşıp da onları bu hususta kendileriyle eşit hale getirmeye yanaşmıyorlar. Peki onlar Allah'ın nimetini inkâr etmiş olmuyorlar mı?" (Nahl, 16/71). Nahl suresinin ilgili ayetinde de belirtildiği üzere Allah rızkı eşit olarak paylaştırmamış ve fakat bu paylaşımı kulların kendi iradeleriyle eşitlemelerini istemiştir. Nitekim Kuran-ı Kerim'de zekât emrinin namazla birlikte sıklıkla tekrarlanması ve faiz yasağının önemine vurgu yapılması bu bağlamda değerlendirilebilir.

İslam'ın rızkın mutlak olarak eşit dağıtılmadığını belirtmesi, üretim araçları mülkiyetinin ve kazançların mutlak eşit olması gerektiğini savunan sistemleri reddi olarak değerlendirilebilir. Bu sistemler, Allah'ın yarattığı doğal eşitsizliği yapay bir eşitliğe çevirme arayışıdır bir anlamda. İslam özü itibariyle bireysel iktisadi özgürlüklerin varlığını savunmakta, bu özgürlüklerin toplum yararına kullanılmasını teşvik etmektedir. İslam'da bireyler helal olmak şartıyla mal mülk edinme serbestisine sahiptir ve birikimi ile daha çok kazanç elde edebileceği faaliyetlerde de bulunabilir. İslam devletinde söz konusu serbestiye karşın bireyler zekatlarını vermek durumundadırlar ve kazançlarını harcayacakları alanlar helal alanlar olmalıdır. İsraf, lüks, gösteriş vb. davranışlar onaylanmamaktadır.

İslam ekonomik sistemini İslam'a özgü değer yargıları ve amaçlardan bağımsız düşünmek mümkün değildir. Bu değer yargı ve amaçları Yılmaz (2011: 22) şu şekilde belirtmiştir; (a) İslam'ın sosyal yasaları çerçevesinde ekonomik refah (b) Evrensel eşitlik ve adalet (c) Adaletli gelir dağılımı (d) Sosyal refahın sınırları içinde bireyin özgürlüğü (Yılmaz, 2011: 22) Yılmaz'a göre İslam, insanlara bahşettiği nimetlerden faydalanmaya teşvik etmekte ve Müslüman toplumların maddi gelişimini olumlu karşılamaktadır. Hatta öyle ki refah arttırıcı çalışmalar ibadet ile eş tutulmaktadır. Ayrıca, İslam'ın kardeşlik kavramı kişilerin üretime katıldıkları oranda paylarını alabildikleri ve sömürünün engellendiği bir ekonomik adalet ile birleştirilmediği sürece Allah'ın kanunları önündeki eşitlik anlamlı olmayacaktır. (Yılmaz,

2011: 22-31)

Encum'a (1995: 87) göre, İslam, toplumun zengin ve fakirlerinin birlikte yaşayabileceği, gelir dağılımı adaletini sağlamaya yönelik gerçekçi bir sistem kurmaktadır. Ekonomik eşitsizlikler karşısında zenginlerin servetlerinin bir kısmını fakirlere transfer etmeleri, fakirlerin ise zenginlerin mallarını kıskanmamaları istenmektedir. İslam'ın ekonomik adalet anlayışını üç kısımda incelemektedir.

Kaynak Dağılım Adaleti: "Mülk Allah'ındır" inancı bağlamında, mülkiyet ve yararlanma (intifa) haklarının temelde Allah'a ait olduğu ve bundan dolayı tüm toplumun hakkı olduğu anlayışına dayanmaktadır (kamu hakkı). Uygulamada İslam devleti tarım arazilerinin mülkiyet hakkını devletin ön izniyle vermektedir, kişiler bu işlenmemiş arazileri işlemektedirler. Üç yıl boyunca işlemezlerse mülkiyet hakkı başka kişilere devredilir. Ayrıca, sosyal çıkarlar (kamu yararı) gereğince devlet kişilerin arazilerine el koyabilmektedir.

Fonksiyonel Dağılım Adaleti: Üretim faktörlerinin üretim sürecinden alacakları payda birincil hakka sahip olmalarıdır. Fonksiyonel dağılımda adaleti gerçekleştirmek amacı ile faiz ve vurgunculuk yasaklanmıştır. Ayrıca alkol üretimi ve domuz ürünleri ticareti de yasaklanmıştır. Kişinin özel yatırımı, ortaklık (muşareke) ve karşılıklı iş birliği (mudarebe) tavsiye edilen üç üretim şeklidir.

Ferdi Dağılım Adaleti: Üretime aktif olarak katılamayan kesimlerin temel ihtiyaçlarının karşılanması ferdi gelir dağılımı adaletinin temel konusudur. İslam, öksüz ve yetimler, dullar, yaşlılar, iradeleri dışında aciz durumda olanlar gibi kesimlere zenginlerin servetinden ikincil haklar tanımaktadır. Üretime katılamayan ferde yakınlık sıralamasıyla bakılmaktadır. Yakın akrabalar ile başlayan sıralama, yakın komşular, toplum ve son olarak devletten oluşmaktadır (Encum, 1995: 87-91).

İslam'ın ekonomik adalet anlayışı toplumsal barışın sağlanması açısından büyük önem arz etmektedir. İslam temel haklar bağlamında tüm insanları eşit kabul etmiş ve müminlerin kardeşliğine önemle vurgu yapmıştır. Ekonomik adaletsizliğin varlığı ise müminler arasındaki kardeşlik duygularını ve hatta barışı tehdit edebilecektir. Günümüz toplumlarındaki asgari ücret uygulamaları, işçi ve işverenlerin haklarını korumaya yönelik oluşturulan sendika yapıları, toplumda gelir uçurumunu dengelemeye yönelik vergileme politikaları, sosyal devlet anlayışı bağlamında en düşük gelirli ya da geliri olmayan kesime devletlerin yaptıkları transferler vb. uygulamalar İslami adalet açısından olumlu karşılanan yapılardır.

İSLAM MEDENİYETLERİNDE GELİR DAĞILIMINDA ADALETİ SAĞLAMAYA YÖNELİK UYGULAMALAR

Geçmişten günümüze İslam medeniyetlerinde sosyal adaleti sağlamak en önemli kamusal yükümlülüklerden biri olmuştur. İslam hukukunun uygulandığı medeniyetlerde İslâm'ın kendine özgü bir ekonomik, mali yapısı ve bir nevi sosyal güvenlik sistemi var olmuştur.

İslâm'ın Doğuşu-Hilafet Dönemi

İslam maliye sistemi temel pratiğini bir devlet lideri olarak Hz. Muhammed'in (sav) uygulamalarından almaktadır. Hz. Muhammed (sav) Hicret sonrası kurduğu İslam devletinde

zekâtı devlet eliyle toplamış ve miktar-oranlarını belirlemiş, faizin yasağının önemini Kur'an-Kerim ayetleri yanı sıra kendi uygulamaları ve veda hutbesindeki seslenişi ile pekiştirmiş, kişisel varlığının bir bölümünü vakfederek vakıf uygulamalarını teşvik etmiştir. Hz. Muhammed (sav) sonrası tüm İslam devletlerinde bazı uygulama farklılıkları olmakla beraber temelde aynı yöntemler takip edilmiştir. Söz konusu uygulamalar toplumda gelir dağılımı adaletsizliğinin, zengin yoksul arasındaki farkın azalmasında hayati öneme sahip olmuş, toplumsal dayanışma ve barış bu yolla sağlanmıştır.

İslâm'ın doğuş döneminde Hz.Muhammed (sav) ve inananlar Mekke oligarşisi tarafından ciddi tepkilere maruz kalmış, baskı ve şiddete uğramıştır. Söz konusu durumun yaşanmasında Hz.Muhammed'in (sav) çok tanrıcı, putperest düzenin yerine tek tanrıcı bir inanış getirmesi yanı sıra sosyal ve iktisadi alanda tamamen farklı ilkelere ve uygulamalara dayalı bir yapı getirmesi etkili olmuştur. Kureyşlilerin İslâm'ı kabul etmemelerinin temel nedenlerinden birisi kurulu mevcut sömürü düzeninin kaybedileceği endişesi olmuştur. İnsanların temelde eşit olduklarının kabul edilmesi etnik kökene ve sınıfsal farklılıklara dayalı toplum yapısının yıkılması ve imtiyazlı sınıfların statü ve çıkarlarının kaybı anlamına gelmekteydi.

İktisadi açıdan ele aldığımızda tepkilerin nedenlerini birkaç başlık altında toplayabiliriz; (1) Putperestliğin önemli bir gelir ve servet kaynağı olmasıdır. Putperestliği eleştiren ve şiddetle karşı çıkan İslam sadece inanç değişikliği yaratmamış aynı zamanda Mekke halkının yerel ve uluslararası ticari kazançlarını da bir anlamda baltalamıştır nitekim putların merkezi olan Mekke'ye hacca gelinerek adaklar sunulması ve alışverişler yapılmasının engellenmesi söz konusu olacaktır. (2) Kuran'ın zekâtı önemle vurgulaması ve sosyal adaleti ilkesel olarak belirginleştirmesi Mekke oligarşisini rahatsız etmiştir. "Onlar bunu istedikleri gibi harcayabileceklerini düşündükleri servetleri üzerinde haksız bir vergi olarak algılıyordu" (Kurt, 2010: 14). (3) İslam'ın faizi katı bir şekilde yasaklaması da benzer şekilde faiz geliri elde eden zengin kesimde rahatsızlık doğurmuştur.

Mekke dönemi ayetleri incelendiğinde müşriklere karşı bilinçlenme ve temel ahlaki konuların ağırlıklı olarak ele alındığı görülmekle birlikte çeşitli ayetlerde yoksullara karşı duyarlılık ve paylaşımın önemi dile getirilmektedir. Medine dönemi ayetleri incelendiğinde ise iman, ibadet ve sosyoekonomik hayatın pratiğine ilişkin ayetlerin varlığı göze çarpmaktadır. Genellikle namazla birlikte anılan zekât, kişisel imanın temel ibadeti olan namazın bir tamamlayıcısı olarak toplumsal ve iktisadi alanda yerini almıştır.

Hz. Muhammed (sav) Hicretten önceki 13 yıllık dönemde Müslümanlara mümkün olduğunca zekât (sadaka) vermelerini tavsiye etmiş, kendi uygulamaları ile teşvik etmiştir. Hicret öncesi dönem incelendiğinde Müslümanların genelde yoksul kesim olduğu ve İslam hükümlerini uygulayacak bir devlet yapılanmaları olmadığı görülmektedir. Bundan dolayı Hz. Muhammed (sav), Medine döneminde devlet düzenini kuruncaya kadar zekâtın uygulanışına yönelik kurallar koymamış, düzenlemeler yapmamıştır. Hicret öncesi Mekke döneminde zekât verme işlemi kişilerin insiyatifine bırakılmıştır (Samed vd., 2013: 259).

Hicret sonrası dönem İslâmın devletleştirildiği bir dönem olmuştur. Hz. Muhammed, Medine'de devletin baş yöneticisi, İslâm ordusunun başkomutanı olmuştur ve başta Yahudiler

olmak üzere farklı kabilelerle anlaşmalara gitmiştir. Zekâtın devlet düzeyinde kurumsallaşması da bu dönemde gerçekleşmiştir. Hz. Muhammed (sav) bu dönemde zekât ile ilgili şu düzenlemeleri gerçekleştirmiştir (Samed vd., 2013: 259-265)

- ❖ Zekât devlet düzeyinde kurumsallaştırılmış, bireyselliğe bırakılmamış, İslam toplumundaki herkesten beklenen bir sorumluluk niteliğine kavuşmuştur,
- ❖ Hz. Muhammed zekât toplayıcılar atamış (istihdam etmiş), bu toplayıcılara zekât fonlarından ödeme yapılmıştır,
- ❖ Zekât fonlarına devletin diğer gelir giderlerinden ayrı bir yer ayrılmıştır, zekâtlar öncelikle toplanıldığı bölgelerde dağıtılmış, yerel alanda mal fazlalığı olması durumunda başkent Medine'ye gönderilmesi uygun bulunmuştur,
- ❖ Zekât verme oranları ve hangi malların zekâta tabi olacağı Hz. Muhammed tarafından belirlenmiştir

Cahilliye dönemi Arap toplumunda faizli borç verme ilişkisinde anaparaya (mala) dokunmadan belirli bir gelir elde etme şartıyla borç verilmekte idi. Vade bitiminde borçlunun ödemeyi gerçekleştirememesi durumunda yeni bir faiz ile vade uzatılmakta idi. Mevcut ilişkide borcun fazlalığıyla ödenmesi durumundaki fazlalık faizdir. Cahiliye döneminde borcunu ödeyememe durumuna düşen borçlular köle olarak satılmakta idi. İslam'la birlikte borçluların satılması yasaklanmış ve borçluya süre tanınması ayet ile hükme bağlanmıştır (Bayındır, 2007: 38-39). Böylelikle sadece gelir dağılımı adaletini sağlama açısından bir adım atılmakla kalınmamış aynı zamanda kölelik müessesesine karşı da olumlu bir gelişme gerçekleştirilmiştir.

Hz. Muhammed (sav) Medine'ye hicretten sonra Medine Yahudilerinin genellikle faiz işleri yaptığına tanıklık etmiş ve önceliği para şekline sokulmamış olan altın ve gümüşün veresiye satışına yasak getirmiştir. Âl-i İmrân suresinin faiz ile ilgili ayeti bu olay sonrası inmiştir. Zaman içerisinde Müslümanların Yahudilerle ticari ilişkilere başlaması üzerine, para haline dönüştürülmüş altınların fiyatlarındaki değişimden dolayı, paraya dönüştürülmemiş altınlardan alınan farkları faiz kabul ederek yasaklamıştır. Hicretin 8. senesinde Bakara suresinin faiz ile ilgili 275. ayeti inmiştir ve diğer ayetler de süreç içerisinde inmeye devam etmiştir (Binatlı, 1966: 162).

Hz. Muhammed (sav) döneminde ve takip eden halifeler süresince kamu borçlanmasında faiz yasağına riayet edildiği görülmektedir. Hz. Muhammed'in kamusal borçlanmaya gittiği ve fakat faiz ödemeden düşük tutarlarda borçlandığı ve borçlanmanın zorunlu borç niteliğinde olmadığı bilinmektedir. Borçlanmanın amaçları arasında ihtiyaçlarını gideremeyen Müslümanlara yardım, cihat ve savunma harcamalarının finansmanı, acil nitelikteki borçların kapatılması yer almaktadır. Hz. Muhammed'in (sav) kamu borçlanması ile ilgili uygulamasının bir diğer özelliği, nakit ya da farklı yöntemlerle geri ödeme imkânı olmadığı halde gelecekte elde edilmesi beklentisiyle borçlanmaya girişmesidir (Akdemir ve Yeşilyurt, 2018: 189).

Erken dönem İslam medeniyetinde vakıf uygulamaları Kur'an-ı Kerim'in hayır yapmayı teşvik eden ayetleri yanı sıra Hz. Muhammed'in uygulamalarında da yer almaktadır. Hz. Muhammed (sav) Mekke'den Medine'ye hicretini takip eden süreçte ivedilikle bir arsa satın

almış, arsayı vakfederek mescit yapmıştır. Benzer şekilde, Hicreti takip eden üçüncü yılda hurma bahçelerini vakfetmiş, Fedek'teki hurmalığını parası ve erzakı bitmiş yolculara, Hayber'deki hurmalığını İslam'a hizmete sunmuştur. Sahabe-i kiram da peygamberin yolundan gitmiş, vakıflar yaptırmışlardır. Hz. Ömer, Hz. Muhammed'in isteği üzerine değerli bir hurmalığının gelirlerini vakfetmiş, kendisinden sonra kızı Hz. Hafsa ve oğul ve torunlarını vakıf yönetiminde devam ettirmiştir (Akman, 2018: 195-196).

Süreç içerisinde yerleşik bir hal alan vakıf uygulamaları İslam toplumunda kesintisiz hayır işleme kültürünü oluşturmuş, ileriki dönem İslam medeniyetlerinde sosyal yapının adil bir şekilde güçlenmesini sağlamışlardır. Vakıfların sadece ihtiyacı olan kişilere ve altyapı yatırımlarına yönelik değil, hayvanlara ve çevrenin korunmasına yönelik de faaliyetleri olmuştur. Vakıflar, Hz. Muhammed'den sonra İslam'ın yayılmasına paralel olarak Endülüs'ten Orta Asya ve Güney Afrika'ya kadar geniş bir coğrafyada uygulama alanı bulmuştur.

Emevîler ve Abbâsîler

Emevîler döneminde (661-750) İslam topraklarındaki genişlemeye (Hindistan dahil Orta Asya ve Kuzey Afrika) bağlı olarak zekât uygulamalarında da değişiklikler görülmüştür. Zekâtın toplandığı yerde dağıtılması ilkesi terk edilmiştir. Kuzey Afrika'daki zekât toplayıcıların toplanan zekâtları almaya uygun nitelikte kişiler bulamamasından dolayı toplanan zekâtlar başkent Şam'a gönderilmiş, hazine zekât gelirleriyle dolmuştur. Bundan dolayı zekât toplama faaliyeti devlet yönetiminden çıkarılmış, zekâtını veren bireyler tarafından dağıtımı uygun görülmüştür. Alınan bu kararın bir diğer belirleyeni Müslümanların o dönemde yaşanan olaylardan dolayı devlete olan güvenlerinin zayıflamasıdır (Samed vd., 2013: 268). Genel olarak söylenebilir ki Emevî dönemi mali açıdan değerlendirildiğinde sağlıklı bir maliye sistemi işletilemediği ve hatta İslami kurallardan belirli dönemlerde sapıldığı görülmektedir.

Emevî döneminin gelir dağılımı adaletsizliği ile mücadelede öne çıkan ismi Ömer b. Abdülaziz'dir. Vergi sistemini adil kurmak, kamu harcamalarının denetimine ve şeffaflığına özen göstermek, kamu kaynaklarını toplum için kullanmak, lüksten ve israftan uzak durmak, yoksullar, yetimler, borçlular gibi kesimleri korumaya çalışmak ve bu yönde mali politikalar uygulamak yönünde çalışmaları olmuştur (Çakırtaş, 2019: 67).

Abbâsîler döneminde (758-1258) maliye teşkilatı oldukça geliştirilmiş ve genişlemiştir. Abbâsîler döneminde de zekât uygulamalarının önceki dönem uygulamalarının devam ettirildiği söylenebilir. Zekâtın Beytü'l-mâlin bir gelir ve harcama kalemlerinden biri olduğu göz önüne alındığında Abbasi dönemi Beytü'l-mâl yapısı ve işleyişi zekât uygulamaları hakkında fikir verici kabul edilebilir. Söz konusu yapı ve işleyiş kendilerinden önceki Emevî dönemi ile hemen hemen aynı olmakla birlikte önemli bir farklılık, Emevîlerin Arap olanlar ve Arap olmayan arasındaki ayrımın Abbasiler döneminde kaldırılmış olmasıdır. Abbasiler döneminde tüm Müslümanlar vergilendirilme konusunda birkaç istisna dışında eşit muamele görmüşlerdir (Aksu, 2017: 198).

Gelir dağılımını adaletinin sağlanmasında önemli bir rolü olan vakıflar, Emevî ve Abbâsî dönemlerinde gelişme göstermiş, hukuki bir düzenlemeye kavuşması ise Abbasiler döneminde

gerçekleşmiştir (Cilacı, 1994: 242). Emevîler döneminde servet ve refah düzeyinin artışı ile vakıf kurumu genişlemiştir. Zengin Müslümanlar vakıflar tahsis etmeye başlamışlardır. Abbâsîler döneminde Ebu Yusuf çağının kurallarına ve ihtiyaçlarına uygun olarak vakıfların hukuki sistemi belirlenmiştir. Ebu Yusuf'un kurduğu sistem, sadece Hanefi fıkhının uygulandığı bölgelerde değil, diğer mezheplere tabi olan bölgelerde de yüzyıllarca uygulanmıştır (Gündüz ve Aydın, 2006: 135)

Anadolu Selçuklu ve Osmanlı Devletleri

İslam'ın Anadolu topraklarına yayılması Türklerin Oğuz boyu aracılığı ile gerçekleşmiştir. Malazgirt Savaşı'nı müteakiben İslam Anadolu'da yayılmış ve Anadolu kültürünün temel yapı taşlarından biri olmuştur. Anadolu'da kurulan kadim İslam devletlerinden Anadolu Selçuklu Devleti ve Osmanlı Devleti, İslam'ın amaç edindiği toplumsal adalet ve barışı en başarılı şekilde gerçekleştirmiş medeniyetlerdendir. Her iki devletin maliye sisteminde şer'i vergiler yer almış, faiz yasağına riayet edilerek faizsiz finansman yöntemleri uygulanmış, kurulan ve çeşitlendirilen sandıkları ve vakıflar ile hem kamusal altyapı yatırımları gerçekleştirilmiş hem de sosyal güvenlik ve dayanışmayı sağlayan ana kurumsal yapı tamamlanmıştır. Osmanlı devletinin özellikle vakıflar alanında dünya İslam devletleri arasında en başarılı performansı sergilediği söylenebilir.

Hz. Muhammed'in Medine'de kurmuş olduğu İslam devletinde zekât bizzat Hz. Muhammed tarafından organize edilmiş ve kamusal bir uygulama ile toplanmıştır. Halife Hz. Osman döneminden itibaren ise zekât kişilerin inisiyatifine bırakılmıştır. Bir İslam devleti olarak Osmanlı Devleti'nde de zekâtın halife dönemine paralellik gösterir biçimde bireylerin inisiyatifine bırakıldığını, kamusal nitelikte olarak sadece zahiri mallardan şer'i vergi adı altında alındığını görmekteyiz. Bu uygulamalardan dolayı Osmanlı Devleti'nde zekât ile ilgili resmi evraklar mevcut değildir. Osmanlı Devleti'nin zekât uygulamalarında iki unsurun öne çıktığı söylenebilir. Birincisi vakıflardır, zekât ile ilgili çalışmaların yönlendiği önemli kurumlardan biri vakıflardır; ikinci şer'i vergilerdir. Osmanlı'da zekât tam olarak kamu eliyle uygulanmasa bile toplum tarafından içselleştirilerek kurumsallaştırılmıştır nitekim Osmanlı ekonomisi özü itibariyle İslam ekonomisidir (Sırım ve Erdoğan, 2018: 86-87).

İslam'ın faiz yasağına Ortaçağ boyunca İslam devletlerinde riayet edilmiştir. Selçuklular ve Osmanlılar faizsiz farklı kredi sistemleri geliştirmişler ve faizli borçlanmaya ihtiyaç duymamışlardır. Tımar ve ahilik, mudarebe, muşareke, karz-ı hasen, loncalar ve vakıflar, eytam sandıkları, icare, para vakıfları gibi sistemler ile finansman sorununu çözmüşlerdir. Söz konusu sistemler sadece finansman noktasında değil, sosyal dayanışma ve gelir dağılımı bozukluklarının etkilerinin ortadan kaldırılması açısından da fonksiyonel çözümler yaratmıştır.

Anadolu Selçuklu ve Osmanlı döneminde gelir dağılımı adaletini sağlamaya yönelik bir yapılanma sandıklardır. Avarız Sandıkları ve Esnaf Sandıkları olarak ikiye ayrılan sandıklar oldukça yaygın bir hal almıştır. Bu sandıkların niteliklerine kısaca değinirsek (Tuncay, 2014: 870-871);

- ❖ Avarız Sandıkları; olağanüstü durumlar ve zorunluluk hallerinde ihtiyaç duyulacak yardımın

finansmanı amacıyla tahsil edilen bir vergi çeşidi ve bu geliri toplama ve harcamayı yapmak üzere kurulan sandıktır. Osmanlı döneminde hemen hemen her köy ve mahallede yer alan sandıklara devlet bir fon ya da bağış aktarmamakta, sandığın geliri tamamen hayırseverlerin ya da zenginlerin hayır amacıyla aktardığı fonlardan oluşmaktaydı. İhtiyaç halinde sandıkların esnaf ve sanatkarlara düşük faizli borç verdiği de bilinmektedir,

❖ Esnaf Sandıkları; ticaret ve sanat erbabının mesleki yardımlaşma ve dayanışmasını geliştirmek amacıyla Ahi teşkilatı ve devamı niteliğindeki loncaların kurdukları bu sandıklar zarara uğrayan bir lonca mensubunun zararını karşılamak, ölen lonca üyesinin arkasında bıraktığı eş, çocuk muhtaç durumda ise onlara bakmak ve yeni araç gereç almak veya işyeri açmak için finansmana ihtiyaç duyan lonca mensubuna kredi verme faaliyetlerini yürütmüştür.

Türkler, İslam'ı kabul etmeleriyle birlikte temelini İslam inancından alan pek çok vakıflar kurmuşlardır. Türklerin Anadolu'ya göç etmeden önce de özellikle eğitim ve sağlık alanında vakıflar kurdukları bilinmektedir. Öte yandan, Anadolu'da da tarihin oldukça eski dönemlerinden kalma vakıf oluşumlarına rastlanmaktadır (Akyıldız ve Abay, 2017: 149).

Orta Asya'dan Anadolu'ya göç eden Türkler, Anadolu'da imar faaliyetlerine başlamış, Selçuklu Devleti Konya başta olmak üzere Alanya, Kayseri, Sivas gibi pek çok şehirde kaleler ile korunaklı şehirleşmeye gitmişlerdir. Halkın sosyoekonomik ihtiyaçlarının giderilmesine yönelik yapılan eserlerin finansmanı için zengin vakıflar tahsis edilmiştir (Odabaşı, 2015: 96). Selçuklular dönemindeki vakıf yapılanmaları sadece dini amaç gütmemiş, sosyal kurum niteliğindeki vakıflar da yer almıştır. Dönem boyunca medreseler birer vakıf görevi yapmış, öğrencilerden ücret alınmamış ve masrafları vakıf tarafından karşılanmıştır. Darul hadis, Fıkıh medresesi, Tıp medresesi gibi farklı düzeylerde medreseler eğitim sunmuşlardır. Ticari hareketlilik kervansarayların oluşmasında önemli bir unsur olmuştur. Diğer Selçuklu vakıfları sosyal faaliyetlerde bulunmuş, fakirlere, yaşlılara hastalara, engellilere ve hatta hapistekilere yardımlarda bulunmuşlardır (Akyıldız ve Abay, 2017: 149).

Selçuklu devletini takiben Osmanlı Devleti'nde de vakıflar önemli bir yer tutmuş ve hatta en parlak dönemini yaşamıştır. Batılı sosyal politika araştırmacılarının deyimiyle bir "vakıf cenneti" olan Osmanlı'da vakıfların fonksiyonları; a) Eğitim-öğretim hizmetlerinde neredeyse tamamıyla vakıflar yer almıştır b) Sağlık hizmetlerinde şifahane, darüşşifa, bîmaristan gibi hastaneler ücretsiz sağlık hizmeti vermiş, darüttıp adı verilen medrese bünyesindeki kurumlarda tıp eğitimi yapılmıştır c) Askeri amaçlar dışındaki bayındırlık hizmetleri, belediyeye ait altyapı işleri ve bağlı hizmetler hayırseverlerin kurduğu vakıflar yoluyla gerçekleştirilmiştir (Akman, 2018: 200-209).

Osmanlı devletinde vakıflar en önemli iktisadi ve sosyal yapılardan birisi olmuştur. Eğitim, sağlık, sosyal güvenlik, ibadet ve bayındırlık gibi alanlarda hizmet vermişler, özellikle para vakıflar bir yandan kamusal hizmetleri yerine getirirken diğer yandan piyasaların finansman ihtiyacını büyük ölçüde karşılamışlardır. Osmanlı Devleti'nde 16.yüzyıldan itibaren para vakıfları hızlıca artmasına rağmen bir dönem bu kurumların caiz olup olmadığı tartışma konusu olmuştur. Neredeyse tüm Osmanlı şehirlerinde çarşı, hamam, bedesten, ticaretler hanları inşa

etmişler, önemli ticari yollar üzerinde kurulan kervansaraylar aracılığıyla da konaklama imkânı yanı sıra ticari yolların güvenliğini sağlayarak ticaretin gelişmesine katkıda bulunmuşlardır.

Osmanlı'da para vakıfları ekonomik bir unsur olarak önemli bir yere sahiptir. Osmanlı Devleti'nde bankacılık sistemi var olmadığı için para vakıfları kamudan ziyade piyasa işleyişine önemli katkılarda bulunmuştur. Para vakıflarının kuruluş sermayesinin belirli bir bölümü ya da tamamı nakitten oluşmaktadır. Sermayenin işletilmesi ile elde edilen gelir ile vakıf tarafından gerçekleştirilen hizmetler finanse edilmektedir. Para vakıflarının gelir dağılımı adaleti üzerinde olumlu etkileri mevcuttur. Vakıflardan kredi alan kesimler 17. yüzyıla kadar bakkal, berber, aşçı, börekçi, marangoz, saatçi, şerbetçi vb. küçük esnaftan ya da ticari faaliyette bulunmayan memurlardan oluşmakta idi. Ayrıca fakir, muhtaç insanların ihtiyaçlarını karşılama, evlenme odaları, mahalle bekçilerinin ücretleri gibi gelir dağılımı adaletine yönelik hizmetleri söz konusu olmuştur (Türkoğlu, 2013: 188-194).

Günümüz İslam Toplumlarında Gelir Dağılımı Adaletine Yönelik Mali Yapı

Günümüz toplumlarında çoğu alanda olduğu üzere iktisadi alanda da optimum bir düzen arayışı mevcuttur. Sanayi devrimini takip eden süreçte kapitalizm ve sosyalizm iki ana ekonomik sistem olarak karşımıza çıkmıştır. Sosyalizmin 1980'lerin sonunda yıkılması ile tüm dünya kapitalist sistem çatısı altında küresel bir nitelik kazanmıştır. İslam'ın kapitalist sistemin temel ilişkilerine alternatif bir sistem olarak tartışılmaya başlanması 1970'lı yıllar itibariyle gündeme gelmiştir. Azgelişmişlik kısırdöngüsünü ve dünyada giderek derinleşen gelir dağılımı uçurumunu kapitalist sistemin üretim ve bölüşüm ilişkilerinde gören İslami anlayış, dünya ekonomik düzenini yeniden şekillendirecek bir alternatif olarak İslam ekonomik sistemine bir kimlik kazandırma çabası içindedir.

Tablo 1. İslam Maliye Sistemi ve Günümüz Maliye Sistemi Karşılaştırılması

	İslam Maliye Sistemi	Günümüz Maliye Sistemi
Kamu Gelirleri Açısından	a) Vergileme bireylerin inançları ekseninde şekillenir. (Müslümanlardan zekât, öşür, arızi vergiler alınmakta iken Müslüman olmayanlardan haraç, cizye ve fidyetü'n necat alınması gibi) b) Vergi türleri ve oranları sabittir. c) Bireyler dinini değiştirmesi durumunda yeni vergilerin mükellefi olabilirler.	a) Vergiler vatandaşların inançlarına bakılmaksızın, inançtan bağımsız bir şekilde alınır. b) Vergi konusu, mükellefiyetler ve oranlar zaman içerisinde değişiklikler göstermektedir. c) Dini inanç değişikliğinin vergi mükellefiyetinde değişiklik yaratmamaktadır.
Kamu Harcamaları Açısından	Kuran-ı Kerimde toplumun refah ve adaletinin sağlanması güvence altına alınmış ve harcama alanları belirtilmiştir.	Günümüz maliye sistemlerinin önceliği ise siyasi yönetimin belirlediği alanlar olmakta ve sosyal adalete yönelik alanlar geri planlarda yer alabilmektedir.

Kamu Bütçesi Açısından	a) Safi Usul b) Ayrılık İlkesi c) Tahsis İlkesi (Müslümanlardan alınan gelirlerde) d) Gelirlerin giderlerden önce belirlenmesi, denk bütçe	a) Gayri Safi Usul b) Birlik İlkesi c) Tahsis ilkesi genellikle uygulanmamaktadır d) Giderlerin gelirlerden önce belirlenmesi
Maliye Politikası Amaçları Açısından	a) Ekonomik istikrarın sağlanmasına verilen önem toplumsal refah artışına ve gelir dağılımı adaletine verilen önemin sonucudur. b) Ekonomik büyüme-kalkınma nihai amaç değil ara amaçtır, gelir dağılımı adaletini sağlamaya yöneliktir. Atfedilen önemin nedeni sosyal yapının iyileştirilmesidir c) Birincil gelir dağılımı adaleti sağlanır. Devlete yüklenen ilahi bir görevdir.	a) Ekonomik istikrarın sağlanmasına verilen önem büyüme ve kalkınmaya verilen önemin sonucudur. b) Ekonomik büyüme-kalkınma ilk sıradadır ve nihai amaçtır. Atfedilen önemin nedeni iktisadi yapının iyileştirilmesidir. c) İkincil gelir dağılımı adaleti sağlanır. Büyüme ve kalkınma için bir gerekliliktir.

❖ **Kaynak:** Dökmen G. ve Yeşilyurt Ş. (2015), "Din ve Ekonomi Bağlamında İslam Maliye Sistemi ve Günümüz Maliye Sistemiyle Karşılaştırılması" isimli çalışmadan alınarak tarafımca düzenlenmiştir.

Çağımızda İslam ekonomisi pratiğine yönelik en somut uygulamalar özellikle finans alanında görülmektedir. İslâm'ın faiz yasağı, Müslümanlar arasında faizsiz bankacılık sisteminin oluşmasına neden olmuştur. İlk olarak Körfez ülkelerinde uygulamaya geçen bu sistem, 1970'li yılları takip eden süreçte diğer Müslüman ülkelerde de söz konusudur. Faiz yasağına bağlı olarak geliştirilen İslami finans (borç verme), borç alanın riskini üstlenme mantığı ile işlediği için "Kâr Zarar Ortaklığı" olarak şekillenmiştir. Bu sistemde sabit getiri yerini getirinin belirsizliğine bırakmıştır (Bahçe ve Gumüş, 2016: 5).

Öte yandan İslam ülkelerinde devletlerin faizle borçlanması 19.yüzyıla kadar olumlu karşılanan ve uygulanan bir yöntem olmamıştır. 19. yüzyıl ortalarından itibaren ise kamunun faizle borçlanması örneklerine rastlanmaktadır, Osmanlı bu konuda örnek gösterilebilir. Özellikle Osmanlı'nın faizli borçlanması kısa süre içerisinde büyümüş ve faiz oranları da yükselmiştir. Faiz ile borç veren kesim yabancı devletler ve bankalar olmuştur (Akdemir ve Yeşilyurt, 2018: 192).

Günümüz İslam ülkelerindeki zekât uygulamaları ülkelerin yönetim şekillerine bağlı olarak değişkenlikler gösterebilmektedir. Suudi Arabistan, Pakistan, Sudan, Yemen, Brunei Sultanlığı, Endonezya ve Libya'da zorunlu olan zekât, Türkiye, Bangladeş, Cezayir, Mısır, Kuveyt, Kenya, Ürdün, Malezya gibi ülkelerde zorunlu değildir. Son dönemlerde nüfusun çoğunluğunun Müslüman olduğu ülkelerde bazı devletlerin zekâtın devlet eliyle yönetilmesi konusunda girişimlerine rastlanmaktadır. Zekât yönetimi konusunda Endonezya ve Malezya iki önemli uygulama örneğini teşkil etmektedir. Endonezya'da zekât kurumu nispeten etkin bir şekilde işletilmekte, zekât yönetimi LAZNAS ve BAZNAS adında iki şirket tarafından gerçekleştirilmektedir. Zekâtın toplanması ve dağıtımındaki yolsuzluk başta olmak üzere yaşanan problemler ise farklı bir sistemin gereksinimini ortaya koymaktadır. Malezya'da

zekât vermek yasal bir zorunluluk olmamakla birlikte zekât vermek isteyenlerin zekatını devlet toplamakta, dağıtımını da devlet gerçekleştirmektedir. Malezya'yı oluşturan on dört eyalet, üç bölgeye ayrılmış ve her bir bölge için ayrı bir zekât modeli uygulanmıştır (Aydın ve Odabaş, 2018: 149-151).

İslam'ın gelir dağılımı adaletini gerçekleştirme bağlamında en önemli unsurlarından olan vakıflar günümüzde niteliksel değişimlere uğramıştır. Vakıfların en yaygın ve fonksiyonel olarak yapılandığı İslam medeniyeti olan Osmanlı Devleti döneminin vakıfları ile günümüz laik Türkiye'sinin vakıfları ciddi farklılıklar göstermektedir.

Cumhuriyet'in kuruluşu ile baştan sona değiştirilen devlet idari yapılanmasında yerel yönetimler ve katılım bankacılığı oluşumları Osmanlı Devleti'ndeki vakıfların fonksiyonlarını yerine getirmektedir. Şöyle ki Osmanlı Devleti'nde altyapı, su, temizlik, güvenlik gibi yerel nitelikli ihtiyaçlar vakıf, lonca, kadı gibi birimler aracılığı ile karşılanmıştır. Günümüzde ise bu hizmetler yerel yönetim birimleri tarafından görülmektedir. Osmanlı'da faizsiz finansman sağlayıcı birim olan para vakıflarının yerini ise günümüz faizsiz İslami finans kurumlarının temel taşı olan katılım bankaları doldurmuştur. Günümüz katılım bankaları para vakıflarından farklı olarak çağımız gereksinimi olan kira sertifikası, kiralama, katılım fonları, bireysel emeklilik gibi hizmetler de sunmaktadır. Kaldı ki Türkiye Cumhuriyeti, ekonomik ve sosyal amaçlı vakıfları kapatmış, sadece dini vakıfların faaliyetlerini serbest bırakmıştır. Bundan dolayı vakıflar fonksiyonlarını kaybetmişler ve küçülmüşlerdir (Kaya ve Koca, 2020: 155).

İSLAM EKONOMİSİNDE MALİYE POLİTİKASI UYGULAMALARI

İslam, insanların ontolojik eşitliği, sosyal adalet ve iktisadi düzenin bir parçası olarak gelir dağılımının dengelenmesi konularında amaçlara sahiptir. Kişilerin egolarının ve çıkarlarının tatminine odaklanarak zenginlik elde etmelerini ve bundan dolayı bir kesimde yaşanacak fakirliği bir fitne olarak görmektedir (Kurt, 2010: 17-18). Nitekim günümüz ekonomik sistemlerinin çözüme kavuşturamadığı en temel iktisadi problemlerden birisi gelir dağılımı adaletsizliğidir ve zengin-yoksul arasındaki fark sadece uluslar bazında değil küresel bazda da derinliği giderek artan bir uçurum haline dönüşmüştür. İslam mali yapısı ise gelirin adil dağılımı noktasında kendine özgü bir yapı ve işleyiş ile karşımıza çıkmaktadır.

İslam'ın dağıtım ve yeniden dağılım uygulamaları aileleri, özel yatırımcıları, hükümeti ve gönüllü sosyal refah kuruluşlarını kapsayan bir bütündür. Sistemin işleyiş tarzı ise iki aşamalıdır. Birinci aşamada gönüllü kuruluşların sosyal refahı sağlamaya yönelik teşebbüslerinin yatırımları ve ortaklık işletmelerinin istihdam yaratıcı yatırımları halkın gelir ve tüketim seviyelerini yükselterek toplam talep artışı yaratmaktadır. İkinci aşamada İslam'a özgü gelirin yeniden dağılımını sağlayan tedbirler uygulanarak ekonomide adil dağılım düzeyi yükseltilmektedir. Zekât ve öşür gibi uygulamalarla geliri düşük kesimlerin geliri arttırılmakta, söz konusu gelir artışı bu kesimlerin marjinal tüketim eğiliminin yüksek oluşu nedeniyle toplam tüketimi yani talebi arttırmaktadır. Böylelikle üretim, istihdam, gelir arttırılmış olmakta ve kaynakların adil dağılımı hedefi gerçekleştirilmektedir (Encum, 1995: 97).

Bu bağlamda İslam maliye sisteminin gelir dağılımı adaletini gerçekleştirmeye yönelik

uygulamaları ile günümüz İslam dışı maliye sistemlerinin uygulamaları arasında belirli farklılıklar söz konusudur. Günümüz maliye sistemleri gelir dağılımını dengeleme işlevini ekonomik büyüme ve kalkınma amacına ulaşmada bir gereklilik olarak ele almaktadır. İslam maliye sisteminde gelir dağılımında adaletin sağlanması ise Kur'an-ı Kerim ve sünnetin devlete yüklediği en önemli görevlerden birisi olarak değerlendirilmektedir. İkinci farklılık günümüz maliye sistemlerinin gelir oluşumundan sonra ortaya çıkan dengesizlikleri önlemeye yönelik uygulamalar ile ikincil gelir dağılımını gerçekleştirmeye odaklanmasına karşın İslam maliye sisteminin gelirin oluşumundan önce kaynakların dağılımına müdahale ederek birincil gelir dağılımını da belirlemeye çalışmasıdır. İslâmda faizin, aşırı kâr ile vurgunculuğun, spekülatif kazançların, tekelleşmelerin yasaklanması kaynak dağılımını dengelemektedir. Tüm bu unsurlara rağmen bir gelir dağılımı adaletsizliği yaşanması durumunda devletler zekât, sadaka, fıtr sadakası, faizsiz borç gibi uygulamalarla gelir dağılımında adaleti gerçekleştirmeye çalışmaktadır (Yeşilyurt, 2015: 124-125).

İslam dininin toplumun zor durumdaki kesimlerine destek olma emri İslam devleti maliye sisteminin temelini oluşturmakla birlikte sivil toplum olarak adlandırabileceğimiz sosyal dayanışma kurumlarının da oluşumunu ve içselleştirilmiş bir kültürel öğe olarak yerleşmesini sağlamıştır. Özellikle Selçuklu ve Osmanlı medeniyetlerinde yaygınlaşan ve toplumun ayrılmaz bir parçası haline gelen sandıklar ve vakıflar, sadece kamuya ait altyapı yatırımlarının finansmanı noktasında değil, sosyal güvenliğin sağlanması ve toplumun ihtiyaç duyduğu sivil toplum örgütlerinin yapılanması bağlamında da ihtiyacın hemen hemen tamamını karşılamıştır.

Armağan (2009) İslam hukuku açısından sosyal güvenlik yapısını kurumlar (müesseseler) bazında mecburi ve ihtiyari olanlar olmak üzere ikiye ayırmıştır. Söz konusu ayrımda mecburi olanlar ayetler ile müminlere farz kılınan yükümlülüklerdir. İhtiyari olanlar ise İslam dininin kaynakları tarafından müminlere tavsiye edilen uygulamalardır. (Armağan, 2009: 69-81)

- Mecburi olanlar; nafaka zekât, adak (nezir), fidye ve kefaret, kurban[1],
- İhtiyari olanlar; nafile hayır ve sadakalar, vakıflar, vasiyetler, ziyafetler, eşyaların ariyeti, isar, hediye-hibe, komşu hakkı ve karz-ı hasen[2]

İslam dininde gelir dağılımı adaletinin sağlanması açısından en önemli uygulamaların başında kuşkusuz faizin yasaklanması ve zekât vermenin farz olması yer almaktadır. Her iki uygulama başta Kur'an-ı Kerim'de yer alan ilgili ayetler olmak üzere Hz. Muhammed'in (SAV) toplumsal yaşam pratikleri ile kesinlik kazanmış ve önemli bir iktisadi unsur olarak süregelmiştir. Ayrıca, yine Hz. Muhammed'in (SAV) mülkünü vakfetme uygulaması örnek alınmış ve ileri dönem İslam medeniyetlerinde en temel kurumlardan biri olmuştur.

---

1. Nafaka, akrabalar arasında zenginlerin yoksul olanlara yapması farz olan yardım. Adak, kişinin yükümlülüğü olmayan bir ibadeti adamak yoluyla üzerine vacip hale getirmesi. Fidye ve kefaret, inananların çeşitli fiilleri nedeniyle ödemek zorunda kaldıkları tutarlar. (Örneğin, oruçtan aciz olan kişilerin fidye olarak bir fakiri doyurması, hac yasaklarını ihlal, adam öldürme gibi nedenlerden dolayı kefaretler). Kurban etlerinin ihtiyaç sahiplerine dağıtılması ekonomik adalet açısından manidardır.

2. Eşyaların ariyeti, bir malın başkası tarafından bedelsiz kullandırılması, İsar, başkasını kendi nefsine tercih etme, Karz- ı Hasen, faizsiz ödünç verme

Zekât

Zekât, tek tanrılı semavî dinlerin (Yahudilik, Hristiyanlık ve İslam) en önemli emirlerinden birisidir. Zekât, İslam dininin beş temel şartı içerisinde yer alan en önemli emirlerinden biridir. Sözlük anlamı olarak "büyümek, çoğalmak" anlamına gelmekte, fıkıh terminolojisinde ise "Allah'ın emri gereğince, belirli yerlere harcanmak üzere dinen zengin kabul edilen Müslümanlardan belirli payın alınması olarak ifade edilmektedir. Akli dengesi yerinde, buluğ çağına girmiş, ihtiyaçları ve borçlarından fazla gelire ya da varlığa sahip Müslümanlar, söz konusu gelir ya da varlığa sahip olmalarının üzerinden bir yıl geçmesiyle birlikte zekât farzına tabi olmaktadırlar (Oktay, 2018: 35).

Kur'an-I Kerim ve Hadislerde Zekât

Kur'an-ı Kerim'de kelime olarak zekât otuz ayette mârife şeklinde geçmekte ve bunların yirmi yedisi namazla birlikte anılmaktadır. Ayrıca "sadaka" kelimesi de tamamı Medenî surelerde olmak üzere on iki ayette geçmekte ve zekât anlamında kullanılmaktadır (TDV İslam Ansiklopedisi, 2021:1). Kur'an- Kerim'de geçen zekât ayetlerine örnek olarak;

"Sizin dostunuz (veliniz) ancak Allah'tır, Resûlüdür, iman edenlerdir; onlar ki Allah'ın emirlerine boyun eğerek namazı kılar, zekâtı verirler" (Maide, 5/55). "Bize, bu dünyada da iyilik yaz ahirette de. Şüphesiz biz sana döndük.» Allah buyurdu ki: Kimi dilersem onu azabıma uğratırım; rahmetim ise her şeyi kuşatır. Onu, sakınanlara, zekâtı verenlere ve ayetlerimize inananlara yazacağım" (A'râf, 7/156). "Fakat tövbe eder, namaz kılar ve zekât verirlerse, artık onlar dinde kardeşlerinizdir. Biz, bilen bir kavme ayetlerimizi böyle açıklıyoruz" (Tevbe, 9/11). "Onlar ki, zekâtı verirler" (Mü'minun, 23/4). "Onlar ne ticaret ne de alış-verişin kendilerini Allah'ı anmaktan, namaz kılmaktan ve zekât vermekten alıkoyamadığı insanlardır. Onlar, kalplerin ve gözlerin allak bullak olduğu bir günden korkarlar" (Nûr, 24/37). "Namazı kılın; zekâtı verin, Peygamber'e itaat edin ki merhamet göresiniz" (Nûr, 24/56).

Kur'an-ı Kerim zekâtı varlıklı kişilerin bir lütfu olarak görmemektedir, aksine zekât fakirin hakkıdır ve bu hakkı sahibine vermek inananları günahlarından arındıracak ve temize çıkaracaktır. "Onları arındırmak ve temize çıkarmak üzere mallarından sadaka al! Bir de onlar için dua et; çünkü senin duan onlara huzur verir. Allah her şeyi çok iyi işitmekte ve bilmektedir" (Tevbe, 9/103).

Kur'an-ı Kerim'de en sık tekrarlanan emirlerden olan zekâtın nitelikleriyle ilgili olarak belirleyici ayetlerden bazıları ise şu şekildedir;

"Sana içkiyi ve kumarı soruyorlar. De ki: Bu ikisinde insanlar için büyük zarar ve bazı faydalar vardır; zararları da faydalarından büyüktür. Sana neyi infak edeceklerini de soruyorlar. De ki: İhtiyaç fazlasını. Allah sizin için ayetlerini işte böyle açıklıyor ki düşünesiniz" (Bakara, 2/219). Ayette geçen "ihtiyacın fazlası" ifadesi ihtiyaç sahiplerine yapılacak yardımların sadece zenginlerin vereceği zekât ile sınırlı olmadığı, tabana yayılan bir yükümlülük olduğu sonucunu doğurmaktadır. İnsanların kişisel ve ailevi ihtiyaçlarından artan malı yoksullara, ihtiyaç sahiplerine vermesi sosyal adaletin gerçekleştirilmesi açısından hayati öneme sahip bir uygulamadır. Bu uygulamayla birlikte toplumda temel ihtiyaçları karşılanmamış kişiler

minimuma inecektir.

Öte yandan zekât, belirli nitelikteki kişilerden alınarak belirli nitelikteki kişilere verildiği için harcanma alanı kısıtlıdır. Kur'an-ı Kerim'de, zekâtın hangi kesimlere verilmesi gerektiği açıkça bildirilmiştir. "Sadakalar (zekât gelirleri) ancak şunlar içindir: Yoksullar, düşkünler, sadakaların toplanmasında görevli olanlar, kalpleri kazanılacak olanlar, azat edilecek köleler, borçlular, Allah yolunda (çalışanlar) ve yolda kalmışlar. İşte Allah'ın kesin buyruğu budur. Allah bilmekte ve hikmetle yönetmektedir" (Tevbe, 9/60).

Kur'an- Kerim'de zekât ile ilgili çok sayıda ayet bulunmakla birlikte, İslam dininin ve dolayısıyla İslam maliye politikasının ikincil temel kaynağı kabul edilen hadislerde de zekâttan bahsedildiğini görmekteyiz.

Abdullah (b. Ömer) tarafından nakledildiğine göre, Resûlullah (sav) şöyle buyurmuştur: "İslâm beş esas üzerine kurulmuştur: Allah''tan başka ilâh olmadığına ve Muhammed''in Allah''ın Resûlü olduğuna şahitlik etmek, namazı dosdoğru kılmak, zekât vermek, Kâbe''yi haccetmek ve Ramazan orucunu tutmak."(M113 Müslim, îmân, 21) İbn Abbâs''tan nakledildiğine göre... Allah Resûlü (sav) şöyle buyurmuştur: "Allah, zekâtı ancak mallarınızın kalan kısmını temizlemek için farz kıldı..." (D1664 Ebû Dâvûd, Zekât, 32) Ebû Hüreyre''den nakledildiğine göre, Allah Resûlü (sav) şöyle buyurmuştur: "Sadaka/zekât vermek, maldan hiçbir şey eksiltmez..." (M6592 Müslim, Birr, 69) Ebû Mâlik el-Eş''arî''den nakledildiğine göre, Allah Resûlü (sav) şöyle buyurmuştur:"...Zekât, (kişinin Müslümanlığının) bir delilidir..." (İM280 İbn Mâce, Tahâret, 5) Kâ''b b. Ucre diyor ki: "Allah Resûlü (sav) bana şöyle buyurdu: "Sadaka/zekât vermek, suyun ateşi söndürdüğü gibi hataları yok eder…" (T614 Tirmizî, Cum''a, 79; İM4210 İbn Mâce, Zühd, 22) (Diyanet Hadislerle İslam, 2021: 451-453)

Kur'an-ı Kerim ilgili ayetleri ve hadislerden de anlaşılacağı üzere Allah'ın kesin bir emri olan zekât, toplumda hangi kesimlerden hangi kesimlere gelir ve servetin transfer edileceğini net bir şekilde belirlemektedir. İslam devleti maliye politikasında kamu gelirleri ve kamu harcamaları bu çerçevede şekillenmektedir.

Bir Maliye Politikası Aracı Olarak Zekât – Gelir Dağılımı İlişkisi

Kur'an-ı Kerim'de zekât pek çok ayette emredilmekle birlikte zekâtın bir vergi niteliğinde devlet eliyle toplanmasına ilişkin herhangi bir ayet bulunmamaktadır. Bu tür bir ayet bulunmaması şüphesiz zekâtın vergi niteliğinde olmayacağı ve devlet eliyle toplanamayacağı anlamına gelmemektedir. Nitekim Hz. Muhammed (sav), kurduğu İslam devletinde zekâta bir vergi niteliği kazandırarak zorunluluk haline getirmiştir.

İslam maliye politikası açısından tartışılan en önemli noktalardan birisi zekâtın vergi olup olmadığı tartışmasıdır. Tartışma iki ana soru etrafında şekillenmektedir; (1) Zekât vergi midir? İslam ekonomisi çalışmaları genel kabul olarak zekâtın vergi olmadığı, ibadet niteliğinin ağırlıklı olduğunu belirtmektedir fakat zekâtın vergi olduğunu düşünenler de bulunmaktadır. Zekât vergi olarak değerlendirildiğinde sistemdeki tek vergi olmamaktadır nitekim İslam medeniyetlerinde öşür, cizye, haraç gibi farklı vergi türleri de yer almıştır. (2) Vergi zekât yerine geçer mi? İslam düşünürlerinin büyük bir bölümü vergilerin zekât yerine geçmeyeceği

görüşündedir fakat bazıları niyete bağlı olarak geçebileceğini belirtmektedirler (Sugözü, 2017: 201).

Tablo 2. Vergileme Amaçları ve İlkeleri Açısından Zekât

Vergileme Amaçları Açısından	Mali Amaç	Zekatlar toplum yararına kullanılabilse de doğrudan bir mali amaca hizmet etmemektedir.
	Ekonomik Amaç	Zekâtın büyüme ve kalkınmayı, istikrarı sağlamak gibi doğrudan bir amacı yoktur.
	Sosyal Amaç	Zekâtın sosyal amacı ön plandadır, vergiyle karşılaştırıldığında gelir dağılımı farklılıklarını azaltıcı etkisi çok daha yoğundur.
Vergileme İlkeleri Açısından	Genellik İlkesi	Vergi mali güce dayalı olarak tüm vatandaşlardan alınmakta iken zekât belirli zenginlik düzeyine sahip kişilerden alınmaktadır.
	Ödeme Gücü İlkesi	Zekâtta ödeme gücü ilkesi vergiye kıyasla daha belirgindir, keskin uygulanır.
	Adalet İlkesi	Zekât ödeme gücü ilkesine sıkı sıkıya bağlı olduğu için kişilere yüklenen ödeme yükümlülüğü olarak nispeten daha adildir.
	Kanunilik İlkesi	Kaynak itibariyle vergiler kamu otoritesine dayalı iken zekât ilahi bir emir niteliğindedir. Şer'i hukuk çerçevesinde belirli koşullara tabidir.

❖ **Kaynak:** Beşel, F. (2015), "Vergileme Amaçları ve İlkeleri Açısından Zekât" isimli çalışmadan alınarak tarafımca düzenlenmiştir.

Zekât ve vergi mevcut farklılıklar yanı sıra benzer özelliklere de sahiptirler. Gerek zekâtta gerekse vergide ödeyici kendisine doğrudan bir menfaat beklememektedir ve her ikisi de mali hedefleri yanı sıra ekonomik ve sosyal hedeflere sahiptir. Zekât devlet tarafından (şer'i hukuk sistemlerinde) tahsil edilmekte ve kullanılmaktadır. Bu yönüyle vergiye benzemektedir. Vergi ve zekât toplumsal yaşamın bir gerekliliğidir ve zorunludur (Beşel, 2015: 52).

İslami bütçe sisteminin oluşturulmasında zekât temel rolü üstlenmektedir. Bütçenin harcamalar kısmında (gider bütçesi) zorunlu olan şer'i harcamalar ve zorunlu olmayan harcamalar olmak üzere iki ana kısım mevcuttur. Zorunlu harcamalar kısmı kaynağını Kur'an-ı Kerim'in zekât ile ilgili ayetinden (Tevbe/60)almaktadır. Zorunlu olmayan harcamalar kısmında ise önceden tahsisat gerektirmeyen harcamalar yer almaktadır. Bu harcamalar genellikle önceden ihmal edilmiş harcamaları ve daha az önceliğe sahip harcamaları kapsamaktadır. Bu çerçevede İslami bütçelemede iki ayrı bütçe yapısından söz edilebilir (Güngör, 2018: 65-66);

❖ **Zekât Bütçesi:** Yerel birimlerin (eyaletlerin) zekât bütçeleri ve merkezi bir zekât bütçesi şeklindeki bir yapılanma ideal olandır. Yerel zekât bütçelerinde, her yerel birimin zekât gelir tahminleri ve harcanma yerleri belirlenir. Merkezi zekât bütçesi, yerel zekât bütçelerinin yetersizlik ya da fazlalıklarını dengelemelidir. Zekât bütçesindeki herhangi bir açık merkezi bütçeden bağımsız düşünülemez, ek vergi ve hatta gerekirse borçlanma yöntemiyle açık kapatılmalıdır.

❖ **Temel (Merkezi) Bütçe:** Belirli harcama alanlarına tahsis edilmemiş, kaynakların öncelik sırasına göre kamusal hizmet ve birimlere yönlendirildiği bütçedir. Vazgeçilmez olan, ihtiyaç niteliğinde olan ve tamamlayıcı nitelikte olan şeklinde sınıflandırılan tahsisatlar

mevcuttur.

Günümüzde zekât konusu ile ilgilenen çoğu akademisyen zekâtın bir sosyal güvenlik kurumu olduğu görüşündedir. Bu görüşlerinin nedenleri olarak; ilk dönem İslam başta olmak üzere yoksullukla mücadele ve sosyal dayanışmayı sağlamadaki başarısı, kamu bütçesinde yer alması, cebri oluşu, zekâttan faydalanacak kesimin net bir şekilde belirlenmiş olması sıralanabilir. Bu bağlamda zekât, dar anlamda yoksulluk sorununu, geniş anlamda sosyal adalet sorununu çözmede kullanılan bir kurumdur denilebilir (Aşkın ve Aşkın, 2018: 176-177)

Sırım (2018) İslam ekonomisinin arz yönlü ekonomi niteliğine, zekâtın ise bu niteliğin temel unsurlarından biri oluşuna dikkat çekmektedir. Zekât bir çeşit servet vergisidir ve bunun uygulanmasıyla tarih boyunca Batı tarzı bir sermaye birikimi değil, yaygın bir sermaye birikimi gerçekleşmiştir. Bu yöntemle bir taraftan üretim artışı sağlanmış -üretimde kullanılan makine, ekipman, fiziki üretim araçları zekâta tabi değildir- diğer taraftan satın alma gücü kısıtlı kesimlere yapılan gelir transferi ile toplam talep uyarılarak ekonomik canlılık, arz artışı sağlanmıştır. Sistem bir yandan arz yönlü bir yapı inşa etmekte diğer yandan gelir dağılımı adaletini sağlama rolünü oynamaktadır (Sırım, 2018: 118).

Aydın (2016) çalışmasında, maliye politikasının gelir dağılımı adaletini sağlama amacında zekâtın katkısını ölçmeye çalışmıştır. Türkiye'de alanda yapılan çalışmaların genelde zekâtın sosyal yönüne yönelik olduğu ve ekonomik etkilerinin daha zayıf ele alındığı, gelir dağılımı adaletine katkısını ölçen bir çalışmanın var olmadığı noktasından hareketle zekâtın gelir dağılımındaki rolünü kantitatif yöntemle analiz etmiştir. Çalışmanın sonucunda birincil gelir dağılımında Gini katsayısı 0,20 iken, ikincil gelir dağılımında 0,17 olarak bulunmuş, zekâtın bir fonksiyonu olarak Gini katsayısında 0,03 düzeyinde bir azalma (%15 oranında) gözlenmiştir, yani gelir dağılımı adaleti söz konusu oranda düzelmiştir (Aydın, 2016: 70). Sodiq vd. (2015), çalışmalarında Pareto etkisinin teorik bir modellemesini İslami perspektif ile ele almıştır. Çalışma sonucunda zekâtın Pareto noktasını köşe durumdan orta duruma (nispeten eşitsizlik durumunun daha düşük olduğu noktaya) geçişine teşvik ettiği ve asgari bir zekâtın en azından diğerlerinin bağış yapma miktarını temel ihtiyaçları yerine getirecek düzeyde arttırmalarını teşvik ettiği gözlemlenmiştir (Sodiq vd., 2015:101).

Temur (2017), zekât kurumunu ikame eden sosyal transfer sistemlerinin etkinliğini yetersiz görmüş ve zekâtın negatif gelir vergisine olan benzerliğine dikkat çekmiştir. Günümüzde Müslüman ülkelerin çoğunun laik yönetim sistemleri ile yönetilmesi zekâtın kurumsallaşmasını zorlaştırmıştır. Bir fikir olarak, Diyanet İşleri Başkanlığı altında ya da bu amaca yönelik bir vakıf oluşturularak zekât niteliğinde nakdi gelir transferleri gerçekleştirilebilir (Temur, 2017: 10). Benzer şekilde Gümüş vd. (2019), zekâtın Türkiye'nin yoksulluk sorununa tamamen bir çözüm olabileceğine yönelik görüşü vurgulamışlar, devletin kurumsal vakıflar aracılığıyla zekâtı kendi lehine uygulaması gerekliliğini belirtmişlerdir (Gümüş vd., 2019: 90)

Vakıflar

"Vakf" kelimesi Arapçada menetti, durdu, durdurdu anlamlarına gelen va-ka-fe fiilinin mastırıdır. Kelime, Kur'an-ı Kerim'de bu anlamlarıyla kullanılmıştır. İslam tarihinde ise vakıf

kurumunu ifade etmek için habs/hubs ya da sadaka kelimeleri kullanılmıştır (Furat, 2012: 62). Sözlükte "durdurma, alıkoyma, bağlama, bir malı, mülkü satılmaması kaydıyla bir hayır işine bağışlama, bırakma" anlamlarına gelmekte, terim olarak ise "faydası insanlara özgü olmak üzere bir malı Allah'ın mülkü hükmünde kabul edip mülk olarak verilmesi ya da mülk edinilmesinden süresiz menedilmesi" anlamına gelmektedir (Cilacı, 1994: 241).

Vakıflar, İslam medeniyetlerinde, temelini İslami esaslardan alan en geniş kapsamlı sosyal kurumlardan birisidir. Kuruluş felsefesini insanlığın faydasına yapılacak işlerin ibadet sayıldığı dinsel (İslami) anlayıştan almaktadır. Farklı alanlarda faaliyet gösteren vakıflar bu bağlamda bir nevi sosyal güvenlik fonksiyonuna sahip olmuşlardır.

İslam hukuku açısından vakıf, hayır amacı ile bir malı vakfeden kişiden o malın mülkiyetinin çıkması, faydasının topluma geçirilmesidir. Vakıf anlayışında mülkün Allah'a ait oluşu, toplumun o maldan faydalanması ve vakıf faaliyetlerini yürüten kişilerin bu bağlamda Allah'a karşı sorumlu oluşu temel alınmaktadır. Mal, bir daha alım-satım işlemlerine konu olamamaktadır, mülkiyet devlete de ait değildir, topluma, kamuya ve tüzel kişilik olarak vakıf tüzel kişiliğine aittir (Akman, 2018:1991-192).

Tarihte İslam devleti düzenlerinde, toplumun dini kurallar çerçevesinde varlığını güvenli bir şekilde sürdürmesi temelde vakıflara bırakılmıştır. Bu tercihte, devletlerin, siyasetin kararsız ve geçici karakterlerinden dolayı sosyal hizmetlerin devamlılığının sağlanmasını hayır kurumlarına bırakması ana etken görünmektedir. Vakıflar bu yönüyle, toplumun refah ve bekası için en güvenilir sosyal örgütlenme biçimidir (İnalcık, 2019: 245).

Vakıflar, İslam medeniyetlerinde yer alan en önemli hayır kuruluşlarıdır. Temellerini konu ile ilgili ayetler, hadisler ve Hz. Muhammed (sav) dönemindeki uygulamalardan almaktadır. Hz. Muhammed'in (sav) "İnsan öldüğü zaman amelleri kesilir. Ancak üç istisnası vardır. Sadaka-i cariye, faydalanılan ilim, kendisine dua eden hayırlı evlat" hadisinde geçen sadaka-i cariye kavramı süreklilik arz eden sadaka (hayır) anlamına gelmekte ve İslam medeniyetlerindeki vakıfların varlığına bir yönüyle neden teşkil etmektedir.

Kur'an- Kerim'de yer alan bazı ayetler Hz. Muhammed'in vakıflar ile ilgili uygulamalarını destekler niteliktedir. Örneğin, "Allah yolunda sevdiğiniz şeylerden harcamadıkça iyiliğe asla eremezsiniz. Ne harcarsanız Allah onu hakkıyla bilir" (Âli İmran 3/92). "Herkesin yüzünü ona doğru çevirdiği bir yönü vardır. Öyleyse hayırlarda yarışın. Nerede olursanız olun, Allah sizin hepinizi bir araya getirecektir. Şüphesiz Allah her şeye kadirdir" (Bakara,2/148). "Sonra biz kullarımızdan seçtiklerimizi o kitaba mirasçı kıldık. Onlardan kimi kendine kötülük eder, kimi orta bir durumdadır, kimi de Allah'ın izniyle hayır işlerinde yarışır; işte büyük fazilet budur" (Fatır, 35/32). Kur'an-ı Kerim'de "hayırda yarışmak, hayırlarda yarışmak" deyimi farklı ayetlerde yer almakta, hayır işleminin Allah katındaki önemine vurgu yapılmaktadır. Dolayısıyla vakıflar ve diğer yöntemlerle hayır işlenmesi inananlara tavsiye edilmiştir.

İslam tarihi incelendiğinde 8.yüzyıl ortalarından başlayarak 19.yüzyılın sonlarına kadar tüm İslam ülkelerinde etkili olmuş, başta Osmanlı Devleti olmak üzere tarihteki Müslüman devlet bir nevi vakıflar devleti niteliğinde olmuştur. Vakıflar toplumun farklı kesimlerine

çeşitli hizmetlerde bulunmuştur. Yolcuların yiyecek ve giyecek ihtiyacını karşılamak, köleleri özgürlüklerine kavuşturmak, evlenme aşamasındaki yoksul genç kızların çeyiz masraflarını karşılamak, hacca gidemeyenleri hacca göndermek, göçmen kuşlar için kuş evleri yapmak gibi hizmetler başlıca hizmetlerdir (Çayıroğlu, 2014: 168) İslam devletinde vakıflar yanı sıra imarethaneler, misafirhaneler, kervansaraylar, sebiller, hamamlar, yollar, köprüler gibi insanların ihtiyacını gidermeye yönelik hayır müesseseleri ve kurumlar var olmuştur.

İslam medeniyetine özgü bir oluşum olan vakıfların Batı (Hristiyan) medeniyetine örnek teşkil ettiğine dair bir tez Amerikalı araştırmacı Liebesney tarafından ileri sürülmüştür. Liebesney'e göre Ortaçağ'da Fransisken tarikatı, şahsi olmayan yatırımları bir araya getirme yöntemini benimsemiş, İngiltere bu yöntemi söz konusu tarikattan taklit ederek almış ve ticari alanda uygulamıştır. Böylelikle kişiler gayri şahsi bir ticari korporasyon (lonca) kurmuşlardır. Korporasyon sistemi Avrupa kapitalist sisteminin temel taşıdır (İnalcık, 2019:247).

Faiz Yasağı

İslam dini faizi katı bir dille yasaklamış ve büyük günahlar sınıfına almıştır. Faizin katı bir şekilde yasaklanmasının temel nedeni sosyoekonomik adaletsizliği arttırması ve dolayısıyla toplumsal barış ve huzuru bozmasıdır. Faizin yarattığı olumsuzlukların en somut görüldüğü alan ise gelir dağılımı adaletidir. Faiz yasağı gerek Kuran'ı Kerim ayetlerinde gerekse hadislerde sıklıkla yer almaktadır.

Kur'an-ı Kerim ve Hadislerde Faiz

Kur'an-Kerim'de faizi ifade etmek için "Riba" kelimesi kullanılmaktadır. Riba fiil olarak "artma veya çoğalma", isim olarak "artan" yani faiz anlamına gelmektedir. Söz konusu artış borçlanma nedeniyle oluştuğu için, artışa neden olan işlem faizli işlemdir (Bayındır, 2007: 1). Kur'an-Kerim'de faizin yasaklandığı ilk ayet Al-i İmran suresinde yer almaktadır;

"Ey iman edenler, faizi kat kat artırılmış olarak yemeyin. Ve Allah'tan sakının, umulur ki kurtulursunuz" (Al-i İmran, 3/130).

Ayette geçen kat kat arttırılma, faizin dönemler itibariyle artışı ve zamanla anaparayı geçecek düzeye çıkmasıdır. Yasaklamaya ilişkin ayetler Bakara suresi ve diğer surelerin ilgili ayetlerinde yer almaktadır.

"Faiz (riba) yiyenler, ancak şeytan çarpmış olanın kalkışı gibi, çarpılmış olmaktan başka (bir tarzda) kalkmazlar. Bu, onların: "Alım-satım da ancak faiz gibidir" demelerinden dolayıdır. Oysa Allah, alış-verişi helal, faizi haram kılmıştır. Kime Rabbinden bir öğüt gelir de (faize) bir son verirse, artık geçmişi kendisine, işi de Allah'a aittir. Kim (faize) geri dönerse, artık onlar ateşin halkıdır, orada sürekli kalacaklardır" (Bakara, 2/275). "Allah, faizi yok eder de sadakaları artırır. Allah, günahkâr kafirlerin hiçbirini sevmez" (Bakara, 2/276). "Ey iman edenler, Allah'tan sakının ve eğer inanmışsanız, faizden artakalanı bırakın" (Bakara, 2/278). "Şayet böyle yapmazsanız, Allah›a ve Resulüne karşı savaş açtığınızı bilin. Eğer tövbe ederseniz, artık sermayeleriniz sizindir. (Böylece) Ne zulmetmiş olursunuz ne zulme uğratılmış olursunuz" (Bakara, 2/279).

"Ondan nehyedildikleri halde faiz almaları ve insanların mallarını haksız yere yemeleri

nedeniyle (öyle yaptık.) Onlardan kafir olanlara pek acıklı bir azap hazırlamışızdır" (Nisa, 4/161). "İnsanların mallarından artsın diye, verdiğiniz faiz Allah Katında artmaz. Ama Allah›ın yüzünü (rızasını) isteyerek verdiğiniz zekât ise, işte (sevaplarını ve gelirlerini) kat kat arttıranlar onlardır" (Rum, 30/39).

Faiz (riba) ile ilgili ayetlerin yanı sıra Hz. Muhammed (SAV) Veda Hutbesinde faiz ile ilgili yasağı dile getirmiş ve inananlara faizin bir haksızlık (zulüm) olduğunu bildirmiştir.

"Câhiliye devrindeki her türlü ribâ kaldırılmıştır, ayağımın altındadır. Fakat ana paranız sizindir. Ne haksızlık edin ne de haksızlığa uğrayın. Kaldırdığım ilk faiz amcam Abbas b. Abdülmuttalib'in faizidir" (TDV, İslam Ansiklopedisi.2012: 591-593).

Veda Hutbesi yanı sıra Hz. Muhammed'in (SAV) faiz ile ilgili rivayet edilen hadislerden bir kısmı şu şekildedir (Binatlı, 1966: 162-163);

"Altın altınla, gümüş gümüşle, hurma hurmayla, buğday buğdayla, arpa arpayla, tuz tuzla bir elden diğerine geçmek suretiyle peşin olark ve misli misline müsavi olarak beyedilir. Kim ki misline bir şey ilave ederse o ziyade ribadır, haramdır. Ebubekir'den rivayet edilen bir hadis, "Altın altın ile, ikisi yekdeğerine eşit olmadıkça değiştirmeyiniz. Altını gümüş ile ve gümüşü altınla istediğiniz gibi satın alır ve değişitirebilirsiniz". Üsame'den nakledildiğine göre, "Veresiye olan alım ve satımın gayrisinde riba yoktur". Müslim'den nakledildiğine göre, "Riba, veresiye olandadır". İbni Abbas'tan nakledildiğine göre "Riba, ancak veresiyede olabilir". Ata İbni Ebi Rebah'dan nakledilen "Müteyakız olunuz. Riba ancak veresiyede olur". Tavus'dan nakledilen "Elden ele yani peşin olarak yapılan alışverişte riba yoktur".

İlgili ayet ve hadislerden hareketle İslâmın hukuki ve ekonomik sistemi belirli bir emek verilmeden elde edilen geliri ve girişimcinin kâr-zarar riski taşımayan gelirini meşru görmemektedir ve faizde bu iki durum yer almaktadır. Faiz, borç veren kesimin gelirini arttırmakta, borç alan kesiminkini ise azaltmaktadır. Nitekim ayet-i kerime (Bakara 2/279) faiz alan ve vereni "zulmeden" ve "kendine zulmettiren" olarak ifade etmektedir.

Bir Maliye Politikası Aracı Olarak Faiz Yasağı – Gelir Dağılımı İlişkisi

Faiz, iktisat bilimince paranın kiralanması karşılığında ya da sermayenin arz edilmesi sonucu elde edilen gelir olarak tanımlanabilmektedir. Dar anlamda, ödünç verilen fonlar için belirlenen ve piyasanın belirleyici olduğu bir kira bedelidir. Geniş anlamda, üretim faktörlerinden biri olan sermayenin üretimden elde ettiği payıdır. Faiz oranları ekonomide tüketim ve yatırım kararlarını etkileyen en önemli unsurlardan biridir (Öztürk ve Durgut: 2011: 120).

Günümüzde faizin makro ekonomik unsurlar arasında önemli bir yeri olmakla birlikte İslam ekonomik mali yapısında kesinlikle yasaklanmış, ikame amacıyla farklı finansman yöntemleri geliştirilmiştir. İslam'ın faizi kesin suretle yasaklamasının temel nedenini toplumsal adalet ekseninde değerlendirmek en doğrusudur.

Faiz risk yönetimi açısından değerlendirildiğinde, borç vericinin kefil ya da benzeri teminat yöntemleri ile alacağını teminat altına alması söz konusudur. Bu tarz bir güvence borç alan açısından mevcut değildir. Bir bütün olarak ele alındığında İslam'ın yasakladığı faiz, kumar ve benzeri yapıların kazanan açısından herhangi bir emek sarf edilmeden elde edilmiş olması

dikkat çekicidir. Emeğe dayalı gelir elde etme açısından değerlendirildiğinde borç para verme işlemi nitelik itibariyle gelir getirici bir işlem değildir. Borç alan kişi aldığı borcu işleterek para kazanabilir ve fakat borç verici bu süreçte herhangi bir risk ya da sorumluluğa katılmamaktadır.

Chapra'ya göre (2008) İslam dininin faizi sert bir şekilde yasaklamasının temelinde ekonomik anlamda sömürüyü ortadan kaldırmak yatmaktadır. Ekonomik sömürüyü engellemenin spesifik alanlarından birisi girişimci ve finansörü arasında adaleti tesis etmektir. Şöyle ki, faiz alan finansör herhangi bir çalışma yapmadan ve riski almadan geri dönüşü belirli bir gelire sahip iken, girişimci çalışacak ve kazanç elde edeceğinden emin olmayacaktır. İslâm faizi yasaklamakla finansör ve girişimci arasındaki bu adaletsizliği ortadan kaldırmaktadır (Chapra, 2008: 11).

Faizin bir diğer olumsuz yönü ticari motivasyonu negatif etkilemesidir. Allah-û Teâla Kur'ân-ı Kerim'de alışverişi helal faizi haram kılmaktadır. Bu ifadenin hikmeti, faizin ticari hayatın devamlılığını, düzgün işleyişini sekteye uğratacak bir uygulama oluşudur. "Rızkın onda dokuzu ticarettedir" anlayışına sahip bir din olarak İslam, ticaretin adil bir şekilde canlılığının korunmasından yanadır. Faizin, borç veren sermaye sahibi açısından gelir elde etmeyi baştan garanti altına alması, sermaye sahibinin yeni girişimlere yönelme arzusunu bir anlamda girişimci ruhunu zayıflatabilmektedir. Maliye politikası uygulamalarında yer alan dışlama etkisi (crowding out) bu noktada önemli bir örnek kabul edilebilir. Devletin yüklü iç borçlanmaya başvurması ve piyasadan nispeten yüksek faiz oranı ile borçlanması, özel sektör fonlayıcısı olan bankalar ve finans kurumlarının ellerindeki fonları girişimcilere (yatırımcılara) değil, getirisi nispeten yüksek olan ve geri dönüşümünde riskin hemen hemen olmadığı devlet borçlanma kağıtlarına yatırmalarına neden olmaktadır. Sonuçta devletin ülke içinde yüksek faiz ile borçlanması yatırımları ve üretimleri düşürmekte, ekonomik daralma yaratmaktadır.

Faizin maliye politikası amaçlarından gelir dağılımında adaleti sağlama amacıyla çatışması konu ile ilgili en temel olumsuzluğu olarak kabul edilebilir. Faiz uygulama sonuçları itibariyle sermaye sahibi zenginlerin zenginliğini arttıran (faiz alan), sermaye sahipleri için çalışan, ücretli ya da yoksul kesimlerin ise durumunu kötüleştiren (faiz veren, ya da kamusal faizin finansörü) bir yapıya sahiptir. Örneğin, devlet iç borçlanma işlemlerinde devlete borç veren sermaye sahipleri faiz geliri elde etmekte, zenginliğini arttırmakta; söz konusu faizin ödemeleri ise genellikle vergiler ile orta ve alt gelir gruplarından finanse edilmektedir. Bundan dolayı iç borçlanmanın gelir dağılımı adaletini bozucu etkisi söz konusudur. Dış borçlanma işlemlerinde de benzer şekilde, zengin ülkeler ya da uluslararası ekonomik kuruluşlar nispeten ekonomisi kötü durumda olan ülkelere borç vermekte, karşılığında faiz geliri elde etmektedirler. Bu durum zengin ülkelerin zenginliğini arttırmakta, fakir ülkelerde ise yoksulluğu ve kamusal açıkları yükseltmektedir.

İslam mali sisteminde devlet borçlanmasının sınırını faiz yasağı çizmektedir. Bütçesel bir yaklaşımla değerlendirildiğinde, İslam toplumlarında borçlanma ihtiyacının az olmasının nedenleri arasında Kur'an- ı Kerim'in inananları bütçeleri denk yapmaya teşvik eden ayetleri yer almaktadır. Ayrıca İslam devleti yöneticileri ve alimleri de kamu bütçesinde tutumlu olmayı teşvik etmiş, bir anlamda denk bütçe eğiliminde olmuşlardır. Öte yandan Kur'an-ı Kerim ve

sünnette bütçe açığı, bütçe fazlası ya da denk bütçeye ilişkin açık, net bir emir bulunmamaktadır. Denilebilir ki bu konudaki tek bağlayıcı kısıtlama olası bir bütçe açığının kapatılmasında faizli borçlanmaya başvurulmaması kısıtlamasıdır (Akdemir ve Yeşilyurt, 2018: 188).

SONUÇ

İslam dini hayata dair tüm alanlarda olduğu üzere ekonomi alanında da adaleti ön planda tutan bir yapıya sahiptir. İslami anlayışta mülkün asıl sahibinin Allah, kulların ise mülk üzerinde tasarruf etme yetkisine sahip oluşu temelinde gelir dağılımında hakkaniyetin gerçekleştirilmesi özel bir önem arz etmektedir. İslamın temel kaynağı olarak kabul edebileceğimiz Kur'an-Kerim, inanç ve ibadet öğretileri yanı sıra sosyo-ekonomik yaşamı düzenleyici emirlere de yer vermektedir. Hz. Muhammed (SAV) yaşantısı boyunca iktisadi ve ticari yaşama dair pratikleri ile inananlara örnek teşkil etmiştir. İslam iktisadi yapısında yer alan riba (faiz) yasağı, zekât emri ve vakfetme geleneği toplumda gelir dağılımı adaletini gerçekleştirme açısından önem arz eden uygulamaların başında gelmektedir. Söz konusu uygulamalar Hz. Muhammed (SAV) döneminden itibaren İslam medeniyetleri tarafından benimsenmiş ve yüzyıllar boyunca uygulanmıştır.

Hz. Muhammed (SAV) İslam dinini tebliğ etmeye başladığı dönemde Mekke oligarşisinin sosyoekonomik çıkarları ile ciddi çatışmalar doğuracak temel ilkelerden bahsetmiştir. Hicret sonrası dönemde ise ekonomik hayata ilişkin pratikler netlik kazanmıştır. Faizin net bir şekilde yasaklanması cahiliye dönemindeki sömürünün ortadan kaldırılması anlamına gelmektedir. Benzer şekilde zekâtın güçlü bir şekilde emredilmesi iktisadi açıdan önemli bir gelir transferini gerçekleştirmektedir. Hz. Muhammed'in (SAV) ileriki dönemlerde kurumsallaşarak hem bir gelenek hem bir sosyal güvenlik sistemi niteliği kazanan mülklerini vakfetme uygulaması ise İslam medeniyetlerinin ayrılmaz bir sosyoekonomik öğesi olmuştur.

Emeviler ve Abbasiler dönemlerinde İslam topraklarının genişlemesi ile hem bazı uygulamalarda değişikliğe gidilmiş hem de mali alanda hukuki ve kurumsal yapı oluşturulmuştur. Örneğin Emevîler döneminde zekâtın toplanması önce devlet Hazinesinde toplanmış ve fakat devlete olan güvensizlikten dolayı kişilerin bireysel uygulamasına bırakılmıştır. Abbasiler döneminde ise vakıflar hukuki bir sisteme kavuşturulmuş, Emevî dönemi olumsuzlukların önemli bir kısmı giderilmiştir.

Anadolu Selçuklu ve Osmanlı Devletleri İslam ekonomisinin uygulandığı medeniyetler olarak kendi geliştirdikleri iktisadi kurumlar ile ön plandadır. Tımar-ahilik, loncalar, sandıklar, mudarabe, muşareke, karz-ı hasen gibi yapılanmalar toplumda gelir dağılımı adaletini gerçekleştirme noktasında başarılı bir performans sergilemiştir. Batılılar tarafından "vakıflar cenneti" olarak anılan Osmanlı Devleti'nde sosyal dayanışma temelde bu kurumlar aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Özellikle faizsiz finansman yöntemleri (karz-ı hasen vb.) ile ticari hayatın devamlılığı ve sandıklar-vakıflar aracılığı ile sosyal yardımlaşmanın sağlanarak toplumsal barışın ve refahın korunması başarılmıştır.

Günümüz seküler iktisadi ve idari düzeninde İslam ekonomik sisteminin geçmiş medeniyetlerde olduğu üzere uygulanabilmesi oldukça zor görünmektedir. İslam ülkelerinin

bir kısmı laik rejimlerle yönetilmekte iken bir kısmı İslami hukuk kuralları ile yönetilmektedir. Dolayısıyla zekât, vakıflar ve faiz yasağı uygulamalarında ülkeler arasında önemli farklılıklar söz konusu olabilmektedir. Örneğin Suudi Arabistan, Pakistan, Endonezya gibi ülkelerde zekât zorunlu iken Türkiye ve Mısır gibi ülkelerde zorunlu değildir. Günümüz iktisadi düzeninde dikkat çeken bir gelişme faizsiz finansman sisteminin başta Körfez ülkeleri olmak üzere tüm ülkelerde (Ağırlıklı müslüman nüfusa sahip olmayan İngiltere gibi ülkeler de dahil) önemli bir hacme ulaşmasıdır. Şüphesiz ki bu genişlemede dini motivasyon yanı sıra Pazardan pay alma isteği de yer almaktadır. Vakıflar alanında ise vakıfların en köklü uygulanma alanı olan Anadolu coğrafyasında son kurulan Türkiye Cumhuriyeti devletinin vakıfların toplumsal dayanışma fonksiyonunun etkinliğini sona erdirip, dinsel birer kuruma dönüştürdüğünü belirtebiliriz.

Kamu yönetiminde laikliği benimsemiş olan Türkiye'de bu ilkeyle uyum içerisinde söz konusu uygulamalar gerçekleştirilebilir. Bu tür uygulamaların yaygınlaşması ve toplumda karşılığının var olması şüphesiz ki gelir dağılımında iyileşmeler yaratacaktır. Örneğin, İslam dini uygulamalarının kamu kontrolünde gerçekleştirilmesine yönelik olarak kurulmuş olan Diyanet İşleri Başkanlığı bünyesinde zekât toplanmasına ve ihtiyaç sahiplerine dağıtılmasına yönelik bir "zekât birimi" kurulabilir. Vakıflar konusunda ise vakıfların dini kimliklerinin yanı sıra iktisadi fonksiyonlarının güçlendirilmesi olumlu olacaktır. Esnaf locaları, karz-ı hasen, sandık gibi uygulamalar çağın koşullarına uygun bir şekilde yeniden yapılandırılabilir. Faizsiz finansman (kâr-zarar ortaklığı) sisteminin bankacılık sektörü içerisindeki payının arttırılmasına yönelik teşvik edici uygulamalar kamu eliyle gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

1. AKDEMİR, T. ve YEŞİLYURT, Ş. (2018), Devlet Borçlarının Dini ve Felsefi Temelleri, Yönetim Bilimleri Dergisi, 16(32), 177-200
2. AKMAN, A. (2018), Eski Vakıflar Hukuku Bağlamında Vakıf Müessesesi ve Günümüzdeki Etkileri, Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 26(2), 189-224
3. AKSU, A. (2017), Abbâsiler Döneminde Zekât Uygulaması, Tarihte ve Günümüzde Zekât Uygulamaları, İslami İlimler Araştırma Vakfı (İSAV), İstanbul, 179-199 http://www.isav.org.tr/img/20171018__4329034686.pdf (20.02.2021)
4. AKYILDIZ, Y. ve ABAY, A.R. (2017), Vakıf Müessesesinin Gelişimi ve Mahiyeti Tarihsel Bir Değerlendirme, Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, 7(15), 141-157
5. ARMAĞAN, S. (2009), İslam Dininde Sosyal Güvenliğin Temel Müesseseleri, İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi, 2009(14), 67-84
6. AŞKIN, U. ve AŞKIN, E.Ö. (2018), Zekât Çağdaş Bir Sosyal Güvenlik Kurumu Mu? İ. EROĞLU, S. KEKEVİ, Y. TEMUR içinde, İslami Düşünce Ekseninde İktisadi-Mali-Politik Meseleler, (s.163-188), Bursa: Ekin Yayınevi
7. AYDIN, M. (2016), Gelir Dağılımındaki Adaleti Sağlamada Zekât Müessesesi ve Gini Katsayısı, Akademik Bakış Dergisi, (57), 55-72
8. AYDIN, M. ve ODABAŞ, H. (2018), Zekâtın Devlet Eliyle Yönetilmesi ve Malezya Zekât Sistemi Örneği, Dini Araştırmalar, 21(54), 145-173
9. BAHÇE, A.B ve GÜMÜŞ, Ö. (2016), Kamu Maliyesi Açısından İslamiyet'te Yoksulluğun Görünümü ve İslami Mikrofinansın Kullanılabilirliği, Sosyal ve Beşer Bilimler Dergisi, 8(1), 1-18
10. BAYINDIR, A. (2007), Ticaret ve Faiz, İstanbul: Süleymaniye Vakfı Yayınları, https://www.suleymaniyevakfi.org/e-kitaplar/ticaret_ve_faiz.pdf (01.02.2021)
11. BEŞEL, F. (2015), "Vergileme Amaçları ve İlkeleri Açısından Zekât", International Congress on Islamic Economics

and Finance, 21-23 October 2015, 51-55

12. BİNATLI, Y.Z. (1966), Faiz ve İslam Hukukunda Faiz, Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Dergisi, 2(1), 147-183
13. CHAPRA, U. M. (2008), The Nature of Riba in Islam, Millah, Jurnal Study Agama, Faculty of İslamic Studies, Universitas İslam Indonesia, 8(1), https://journal.uii.ac.id/Millah/article/view/431/345 01.02.2021)
14. CİLACI, O. (1994), Vakfın Yaşatılmasında Mali Kaynak ve Önemi, 241-246 http://acikerisim.fsm.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11352/1107/Cilac%20.pdf?sequence=1 (09.02.2021)
15. ÇAKIRTAŞ, M. (2019), Emevîler Döneminde Yoksulluk Olgusu ve Ömer b. Abdülaziz'in Yoksullukla Mücadelesi, M. BULUT, C. KORKUT, S. YILDIRAN içinde Vakıf ve Yoksullukla Mücadele, (s. 57-69), İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Yayınları https://www.izu.edu.tr/docs/default-source/default-document-library/mb-ck-sy-ed-vakif-yoksullukla-mucadele_compressed.pdf?sfvrsn=5e0009b5_0 (21.02.2021)
16. ÇAYIROĞLU, Y. (2014), İslam İktisadının Karakteristik Özellikleri, İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi, Sayı: 24, 149-183
17. ENCUM, M.İ. (1995), İslâm'da Gelir ve Servet Dağılımı, İslami Sosyal Bilimler Dergisi, 3(3), 83-98
18. GÜMÜŞ, N., YARDIMCIOĞLU, F., ALTINTAŞ, N. (2019), The Role of Zakat Potential in Reducing Poverty in Turkey, Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi, 5(2), 90-110
19. GÜNDÜZ, S. ve AYDIN, Y. (2006), İslam'da Vakıf Müessesesi: Selçuklu ve Osmanlılarda Vakıflar, Türk Dünyası Araştırmaları, Sayı: 164, 131-137
20. GÜNGÖR, K. (2018), İslam Ekonomik Sisteminde Kamu Bütçesi, Göller Bölgesi Aylık Hakemli Ekonomi ve Kültür Dergisi Ayrıntı, 6(62), 61-66
21. HADİSLERLE İSLAM, Diyanet İşleri Başkanlığı sitesinden 17.01.2021 tarihinde alınmıştır. https://hadislerleislam.diyanet.gov.tr/sayfa.php?CILT=2&SAYFA=453
22. İNALCIK, H. (2019), Vakıf Medeniyeti, Vakıflar Dergisi, Vakıflar Dergisi 80. Yıl Özel Sayısı, 246-247
23. İSLAM ANSİKLOPEDİSİ, Türkiye Diyanet Vakfı sitesinden 16.01.2021 tarihinde alınmıştır. https://islamansiklopedisi.org.tr/zekat#:~:text=Kur›an›da%20zek%C3%A2t%20kelimesi,yirmi%20yedisinde%20namazla%20birlikte%20zikredilir.
24. İSLAM ANSİKLOPEDİSİ, Türkiye Diyanet Vakfı sitesinden 03.02.2021 tarihinde alınmıştır. https://islamansiklopedisi.org.tr/veda-hutbesi
25. KAYA, P.H. ve KOCA, M. (2020), Osmanlı'dan Günümüze Vakıf Sisteminin Gelişimi, Al-Farabi International Journal on Social Sciences, 5(2), 146-160
26. KURT, A. (2010), Sosyo-Ekonomik Dengenin Oluşumunda İslam'ın Rolü, Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 19(2), 1-19
27. MEVDUDİ, E.A. (2014), İslam Ekonomisinin Temel İlkeleri, İstanbul: Çıra Yayınları
28. ODABAŞI, Z. (2015), Türkiye Selçuklularından Osmanlı'ya Küçük Bir Miras: XIX. Yüzyılda Küçük Karatay (Kemâliye) Medresesi, Vakıflar Dergisi, Sayı: 44, 95-103
29. OKTAY, E.Y. (2018), Müslümanların Çoğunlukta Olduğu Toplumlarda İslamın Yoksullukla Mücadele Anlayışı, İ. EROĞLU, S. KEKEVİ, Y. TEMUR içinde, İslami Düşünce Ekseninde İktisadi-Mali-Politik Meseleler, (s.3-52), Bursa: Ekin Yayınevi
30. ÖZTÜRK, N. ve DURGUT, D. (2011), Faiz Oranlarının Belirleyicileri: Türkiye İçin Ampirik Bir Analiz, Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 3(1), 117-144
31. SAMED, A, GLENN, L.M, ÖZDEMİR, F. (2013), Zekâtın Gelişimi ve Monoteist Dinlerde Zekâtın Kapsamı, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 2(3), 251-272
32. SIRIM, V. (2018), Arz Yönlü Bir Ekonomi Olan İslam Ekonomisinde Zekâtın Yeri, Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finans Araştırmaları Dergisi, 4(1), 110-120
33. SIRIM, V. ve ERDOĞAN, F., (2018), Osmanlı Devleti'nde Zekât Uygulamasının Kurumsal Yapısına İlişkin Bir Analiz, International Congress of Islamic Economy, Finance and Ethics, Tam Metin Bildiriler Kitabı, İstanbul, 82-91

34. SODIQ, M.C.F, FAUZİA, A.S, NİSA, A.P.K., (2015), Zakat Effect in Promoting Just Pareto Efficiency, International Congress on Islamic Economics and Finance, 21-23 October, Sakarya/TURKEY
35. SUGÖZÜ, İ.H. (2017), İslam Ekonomisi ve Adil Ekonomik Düzen, International Periodical for the Language and History of Turkish or Turkic, 12(8), 185-210
36. TEMUR, Y. (2017), Refah Devleti Kapsamında Negatif Vergi ve İslam Ekonomisinde Zekât Müessesesi, Balkan Sosyal Bilimler Dergisi, 6(12), 114-124
37. TUNCAY, A.C. (2014), İslâmda Sosyal Güvenlik, Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, 20(1), 851-874
38. TÜRKOĞLU, İ. (2013), Osmanlı Devleti'nde Para Vakıflarının Gelir Dağılımı Üzerindeki Etkileri, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 18(2), 187-196
39. YEŞİLYURT, Ş. (2015), Din ve Ekonomi Bağlamında İslam Maliye Tarihi ve Maliye Sistemi, Ankara: Gazi Kitabevi
40. YILMAZ, F. (2011), İslam Ekonomi Felsefesi, Ankara: Berikan Yayınevi



41.

Hybrid Business Identity : Conceptual Field and Research
HİBRİT İŞ KİMLİĞİ: KAVRAMSAL ALAN VE ARAŞTIRMALARI

Dr. Mehmet Kaplan*
Dr. Berna Turak Kaplan**

ÖZET

Sosyolojik, psikolojik, antropolojik ve biyolojik bağlamda ele alınan ancak insan kaynakları literatüründe profesyonellikle değer bulan/değer üreten kimlik; bir bireyin nasıl biri olduğunu ifade etmeye veya göstermeye ilişkin olsa da iş kimliği sadece çalışma yaşamında insan kaynağı olarak nasıl bir çalışan olduğunu ifade etmektedir. İnsan kaynağı olarak bir çalışanın farklı mesleki gruplardan hem profesyonel kimliğini hem de görevsel kimliği ile şekillenen yönetsel kimliği ile hibrit bir yapıyı tasvirleyen hibrit iş kimliği günümüz koşullarında olanı ifade etmektedir. Bu çalışma hibrit iş kimliğini önce kavramsal olarak incelemekte sonra ise kavramın gelişimine yönelik literatürdeki araştırmaları değerlendirmektedir.

Anahtar Kavramlar: Kimlik, İş kimliği, Hibrit iş kimliği.

***Lect., Isparta University of Applied Sciences.**
****Assistant Professor, Isparta University of Applied Sciences.**

Abstract

Identity, which is handled in sociological, psychological, anthropological and biological contexts, but finds value/produces value with professionalism in human resources literature; Although it is about expressing or showing what an individual is like, job identity only expresses what kind of an employee is as a human resource in working life. Hybrid business identity, which describes a hybrid structure with a managerial identity shaped by both professional identity and functional identity of an employee from different occupational groups, expresses what is in today's conditions. This study first examines the hybrid business identity conceptually and then evaluates the literature on the development of the concept.

Key Concepts: Identity, Job identity, Hybrid job identity.

GİRİŞ

Toplum içinde bir insan sosyolojik yapıya bağlı olarak doğan, büyüyen ve toplum içerisinde yaşamını şekillendiren sosyal bir varlık olarak kendisini inşalayan bir kavrama gerek duymaktadır. Nitekim insan bulunduğu sosyal ortamda tanınmasını ve tanımlanmasını sağlayan bir alametifarikaya ihtiyaç duymaktadır. Bu ihtiyacı şekillendiren insanın kim olduğu, ne iş yaptığı, nereli olduğu gibi sorulara verilecek yanıtlarla ortaya çıkan "kimlik" kavramıdır. Kimlik kavramı toplum bilimleri, kişilik bilimleri ve kültürel bilimler altında çeşitli isimlerle ve çeşitli şekillerde incelenmektedir (Atak, 2011: 164-166). Bu nedenledir ki, "kimlik" anlam olarak muğlak ve tanımlanması zor bir kavramdır. Latincedeki anlamıyla "süreklilik ve aynılık" anlamlarına gelen "idem" kelimesinden türemiş ve günümüzde halen bu şekilde kullanılmaya devam etmektedir (Kohn ve Roth, 2001: 1). Güncel Türkçe Sözlük'te kimlik kavramı "toplumsal bir varlık olarak insana özgü olan belirti, nitelik ve özelliklerle, birinin belirli bir kimse olmasını sağlayan şartların bütünü" şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 2021).

Kimlik kavramı üzerine yapılan çalışmalar üç ana aşamada şekillenerek gelişmiştir. Aydınlanma felsefesinin 18. YY'da ortaya çıkmasından 19. YY'a kadar olan ilk dönemde rasyonalist (akılcı) bilim insanları tarafından ilk kez kullanılan kimlik kavramı sonrasında ise 20. YY'da psikologlar tarafından kullanılmış ve birkaç on yıldır da teoloji ve din bilimi üzerine çalışan bilim insanları tarafından ilgi görmekte ve çalışılmaktadır (Kohn ve Roth, 2001: 1). Kimlik kavramını "karşılıklı ilişkiler sayesinde oluşan bir kavram olarak niteleyen Erikson (1956); kimlik olgusunun önemini tasvirlerken kimlik duygusu olmadan sosyal ormanda/sosyal yaşamda insan varlığının bir anlamının olmadığını vurgulamaktadır (Gergen, 1991: 38). Marcia (1989) ise kimliği tanımlarken; duyu, tutum ve çözüm kavramlarıyla ilişkili olarak değerlendirme yapmıştır. Marcia'ya göre kimlik "benliğin yapılandırılmış şeklidir" (Marcia, 1989). Tüm bu tanım ve yaklaşımlardan hareketle kimliği kısaca, bireyin kendisine sorduğu, "ben kimim?" ve "ben ne yaparım?", sorularına verdiği yanıtlar bütünü olarak ifade edilebilmektedir. Bunun yanı sıra kimliği, toplum içerisinde bireyin kendisine biçtiği rol ve toplumun bireyi tanımladığı olgu (bireyi ne olarak gördüğü) olarak tanımlamak da yanlış olmayacaktır (Kaya ve Kaya, 2019: 82-84). Bu çalışma öncelikle mesleki kimlik kavramına odaklanmakta sonrasında ise hibrit iş kimliği üzerinde durarak ilgili kavrama bağlı yapılan

çalışmaları incelemektedir.

Mesleki Kimlik

Mesleki kimlik ve iş kimliği kavramları yazında sıklıkla aynı anlamlarda kullanılmaktadır. Kavram professional identity (profesyonel kimlik), profession identity (mesleki kimlik), occupational identity (meşguliyet/iş/meslek kimliği) ve work identity (iş kimliği) gibi farklı şekillerde ama aynı anlamda kullanılmaktadır. Kavrama yönelik hem toplumsal aynı kullanım hem de kavramı çalışan bireylerin yorumlamaları bu aynılığı ifade etmektedirler. Aslında bu durum, meslek ve iş kavramlarının toplum ağzında aynı anlamda kullanılıyor olmasının yanında konu üzerine çalışan yazarların aynı konu üzerine yaptıkları farklı yorumlamalardan kaynaklanmaktadır (Sabancıoğulları ve Doğan, 2012: 276). Meslekî kimlik, aslında bir nevi profesyonel kimlik ile iş kimliğinin çatı kavramı olarak üst bir kavramsal olarak nitelenmektedir (Kaya ve Kaya, 2019: 85).

Kimlik üzerine çalışan çeşitli bilim adamlarının aslında kavramı bir sınıflama ögesi olarak kullandığı ifade edilmektedir. Aynı zamanda tüm bireylerin toplum içerisinde statü olarak konumları farklıdır, bu statülerin bazıları (ırk, cinsiyet… vb.) bireye doğuştan verilirken, bazıları (eğitim seviyesi, meslek… vb.) ise ona atfedilir yani sonradan kazanılır (Kaya ve Kaya, 2021: 275-294). Dolayısıyla aslında kimlik kişiliği oluşturan olgulardan bir olarak atfedilmektedir. Kimlik doğrudan ve dolaylı olarak mutlaka çalışma kavramı ile bağlantılı bir anlam ile yüklenmiştir. Çalışma kavramı insanın ihtiyaç duyduğu kimliklenme de başat bir kavramdır. Çalışma kavramının etimolojisine bakıldığında Batı dillerinde “travail” anlamına gelen ve Latince’de işkence aleti olan “tripalium” dan türemiştir. Benzer şekilde Romalılar çalışma için “labour” sözcüğünü kullanmışlardır ki, bu sözcükte “zahmet, yorgunluk, acı, ızdırap” gibi anlamlara gelmektedir. Kavramın kökeni bu şekilde olsa da yaygın anlamı “bir kullanım değeri olan ürün ya da hizmeti üreten her türlü etkinlik; başka bir ifadeyle insana yarar sağlamak amacıyla aklı, elleri, alet ve makine yardımıyla madde üzerinde uygulanan ve sonunda insanı etkileyerek onu değiştiren eylemlerin tümüdür” (Bozkurt, 2005: 49-50). İşte insan bu noktada çalışma ve üretme güdüsüyle hareket eden bir varlıktır. İnsan çalışarak kültürlenir ve bir meslek sahibi olur. Meslek kavramı ise “tutulan yol, bir kimsenin geçimini sağlamak için sürekli yaptığı iş, uğraş, çığır, okul, ekoldür” (TDK, 2021). Çalışan ve meslek sahibi olan bir bireyin bir süre sonra karakterini, yaşam şartlarını ve çevresini çalıştığı zamana bağlı olarak bir karakter inşa ettiği ve kimliklendirdiği ifade edilmektedir ki bu aynı zamanda mesleki kimliktir (Saayman ve Crafford, 2011: 1). Mesleki kimlik; bir bireyin ne iş yaptığı, yaptığı işin nasıl tanımlandığı, başkalarınca nasıl değerlendirildiği bir değerleri ifade etmektedir (Yılmaz, 2011: 22). Mesleki kimlik olgusu örgüt içerisinde grup içi ve gurplar arasındaki ilişkileri, örgütsel işbirliğini, örgütsel sadakatı sağlayan bir mekanizmadır (Sveningsson ve Alvesson, 2003: 1163-1164).

Profesyonel kimlik kavramı literatürde, yazarların algısına ve kullanımına göre değişmekle birlikte; professional identity (profesyonel kimlik), profession identity (meslekî kimlik), professionalizm (profesyonelizm / profesyonellik) ve professional self consept (profesyonel

kimlik (benlik) anlayışı) şeklinde yaklaşık olarak aynı anlama gelen kelimelerle kullanılmaktadır. Profesyonel kimliğin çıkış noktası meslekî profesyonelleşme ve profesyonellik düşüncesidir. Dolayısıyla profesyonel kimliği tanımlayabilmek için öncelikle profesyonellik kavramına bakmak gerekmektedir. Profesyonel kavramı “bir işi ücret karşılığı yaparken (avukat, mühendis, doktor, hemşire akademisyen vb.) işin tüm inceliklerini, ve görgüsünü ustalıkla yerine getiren kişi olarak düşünülmektedir. Bu noktada “Profesyonel kimdir?” sorusunun yanıtları şu şekilde olmaktadır (Hughes, 1996: 25-41):

- İşini iyi bilen ve bunu çevresine kanıtlamış kişidir.
- Bilgi düzeyini sürekli güncel tutan kişidir.
- Kendi kariyerini ve geleceğini belirleyen kişidir.
- Bireysel niteliğe, yaptığı işin niteliğine ve çevresi ile ilişkilerin niteliğine özen gösteren kişidir.
- Yaptığı işten coşku ve heyecan duyan kişidir.
- Mesleğini destekleyen ve mesleğinin sponsoru olan kişidir.
- Mesleğinin ahlâk kurallarına uyan kişidir.
- Mesleğinin gerektirdiği fazladan işleri de yapan bireydir.

Profesyonellik bilgi ve beceri edinimi ile başlayan, belirli bir mesleğe bağlılık ve kimlik seviyesini temsil eden tutumla değerlenen ve dolayısıyla profesyonel kimlik ile mesleki bütünleşme yaşayan kavramdır (Wynd, 2003: 252). Profesyonel kimlik, bir mesleğin özelliklerini, standartlarını ve gerektirdiği becerileri bilmek, özümsemek ve uygulamak olarak ifade bulmaktır (Sabancıoğulları ve Doğan, 2012: 276).

İş kimliği meslekî kimlik ile bağlantılı olan, eski ve köklü bir konu olduğunu ve sosyal kimlik ve kişisel kimlik birlikte düşünülerek anlaşılabilmektedir. İş kimliği; “bir bireyin istihdam ortamındaki kendi etkileşimleriyle ilgili kendi algılamasının toplumsal olarak oluşturulmuş bir temsili” olarak tanımlanmaktadır (Buche, 2006: 434). Wrzesniewski ve Dutton (2001: 180) iş kimliğini, bireylerin kendilerini iş yerinde nasıl tanımladıkları sorusu üzerinden değerlendirmiş ve “iş kimliği kısmen bilişsel niteliktedir, insanların işyerinde sahip oldukları nitelikleri ve daha bütünsel anlayışı tanımlar” şeklinde açıklamışlardır. Witt vd. (2002: 488) ise iş kimliğini; “bireylerin işleriyle ilgili, önceden belirledikleri hedefler” olarak belirtmiştir. Başka bir tanımda Walsh ve Gordon (2008: 2) iş kimliği “örgütsel, meslekî ve diğer kimliklerin birleşiminden oluşan iş temelli bir benlik kavramı” şeklinde değerlendirilmiştir.

HİBRİT İŞ KİMLİĞİ VE HİBRİT YÖNETİCİLİK

Bireylerin meslekî kimlikleri hem eğitimini aldıkları meslek (profesyonel kimlik) hem de örgüt içerisinde yapmış oldukları görev (iş kimliği) ile ilgilidir. Bu iki kimliğin bir araya gelmesi durumu ise iş kimliğinin hibritleşmesi olarak düşünülmektedir. Hibrit kavramı ilk okunuşta çoğu kişi için biyolojik ya da etnik kimlik belirten bir kavram olduğu çağrışımı yapacaktır. Ancak detaylı şekilde incelendiğinde görülecektir ki hibritlik kavramı sadece biyolojik bir anlamı olan ya da etnisite anlatan bir kavram değildir. Hibrit, hibrit çalışma, hibrit

yapı, hibrit eğitim, hibrit kültür, hibrit girişimcilik gibi çeşitli kavramlar olarak günlük hayatta ya da bilimsel çalışmalarda çokça karşımıza çıkabilmektedir. Hibrit (Hybrid) kelimesi, Latince "Hybrida" kelimesinden türemiştir ve mitolojik kaynaklarda farklı türlerin aynı gövdede bir araya gelmesi ile oluşmuş efsanevi yaratıkları tanımlamak için kullanılmıştır (Burak, 2016: 2). Türkçe sözlükte ise, birbirine benzer üç tanımla değerlendirilmiştir. İlk olarak "değişik türden hayvan veya bitkiden üremiş (hayvan veya bitki) kırma, azma, metis." İkinci anlamında, "değişik ırkta ana babadan doğmuş olan (kimse)" ve son olarak, mecaz anlamıyla "katışık, karışık", biçiminde tanımlanmıştır (TDK, 2021).

Hibrit kavramı bu çalışma kapsamında iki farklı sorumluluğun, iki farklı kimliğin bir araya gelmesi şeklinde değerlendirilmiştir. Günümüz şartlarında işsizliğin vermiş olduğu zorunlulukların etkisiyle birçok kişi asıl mesleği dışında işlerde çalışabilmektedir. Sözgelimi, kamu yönetimi alanında eğitim alıp, kaymakamlıklarda görev yapması beklenen biri polis ya da asker olmakta ya da mühendis olmuş bir kişi mesleği dışında herhangi bir alanda çalışabilmektedir. Dahası eğitim alan bir kişi benzer işlerin ötesinde ailesinin yanında çalışmaya da devam edebilmektedir. Bu tip durumlarda kişiler çalıştıkları meslek dallarından dolayı yeni bir meslekî kimlik kazanmaktadırlar. Bazen de kişiler, eğitimini aldığı alanda çalışmasına rağmen örgüt içi dengelerden dolayı farklı pozisyonlarda sorumluluk yüklenerek iki işi aynı anda yürütmek zorunda kalabilmekte ya da asli görevinden koparak yeni sorumluluğunu yerine getirmek durumunda kalabilmektedir. İşte bu tip durumlarda hibrit iş kimliği ortaya çıkmaktadır. Literatür incelendiğinde hibrit iş kimliği ve hibrit yöneticilik, profesyoneller ve yöneticiler olmak üzere iki başlığa ayrılarak incelenmiştir (Currie ve Croft, 2015: 856-860).

Hibrit iş kimliği, profesyonel meslek (hukuk, tıp, asker… vb.) mensubu kişilerin örgüt içerisinde yönetici pozisyonunda çalıştığı ortamlarda ortaya çıkan bir durum olarak değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda hibrit iş kimliği sahibi kişinin iki farklı yönü olduğu ifade edilebilir. Bunlardan ilki eğitimini aldığı meslek dolayısıyla edindiği profesyonel kimliği, diğeri ise yapmış olduğu görevden kaynaklanan yöneticilik kimliğidir (Joffe ve MacKenzieDavey, 2012: 164). Hibrit iş kimliği etkisindeki kişilerin profesyonellik yönünün önceliği her zaman meslekleridir (Pratt vd., 2006: 235). Yöneticilik tarafında ise her zaman kurum çıkarları ön planda tutulmak durumundadır. Dolayısıyla bu iki durum arasında birbiri ile çelişen yönler bulunmakta ve entegrasyonu zorlaşmaktadır. Şöyle ki; yöneticilik, kurumun verdiği özerkliği kullanan ve bütün mantığı, işin organizasyonel yapısını muhafaza ve kontrol etmek olan bir görevdir (Watson, 2002: 101). Ancak hekim, asker, avukat gibi profesyoneller daha spesifik olarak kendi görevlerini yerine getirmekle sorumludur. Yine yöneticiler, belirli meslek gruplarından ziyade tüm örgütle özdeşleşmektedir ve organizasyonu hedeflerine ulaştırma amacında olmalıdır (Pavlica ve Thorpe, 1998: 134). Profesyoneller ise tüm organizasyonun değil, kendi uzmanlık alanı ile ilgili o an yapması gerekenleri başarıya ulaştırmayı amaçlamaktadır. Tüm anlatılanlar göz önüne alındığında, profesyonel kimlik ile yöneticilik rolünün (iş kimliği) farklı görev ve amaçlardan meydana gelmeleri çeşitli sorunlar ortaya çıkarabilmekte ve kişinin kendi içinde çatışmasına sebep olabilmektedir. McGivern vd. (2015: 412-415) vurguladığı gibi melez iş kimliği etkisindeki kişi meslekî sorumlulukları ile organizasyon kaynaklı görevleri arasına

sıkışa bilmekte, verimliliği ve örgüte katkısı azalabilmektedir. Bu çatışmalar, meslekî açıdan değerlendirildiğinde eğer mesleğin uygulanması, uygulama şekil ve yöntemleri ile meslek mensuplarının davranışlarının tartışılmasına sebep olmaya başlarsa, bu noktada durum meslekî ahlâk açısından değerlendirilmek zorundadır (Işık, 1999: 846). Genel anlamda değerlendirmek gerekirse, hibrit iş kimliği etkisindeki bireylerin hem meslekî sorumlulukları hem de kurum içi görevleri onları zorlamaktadır. Hatta bazı durumlarda bu kişiler asli görevlerinden tamamen koparak yöneticiliğe yönelmek durumunda kalabilmektedir. Bu durum bazen kişilerin meslekî etiğe ters düşen davranışlar sergilemelerine bile sebebiyet verebilmektedir. Dolayısıyla melez iş kimliğinin bireyin performansını olumsuz etkileyeceği söylenebilir. Ancak tam tersi durumlar da söz konusu olabilir, mensubu olunan mesleğin gerekliliklerini yerine getirmenin yanı sıra yöneticilik sorumluluklarını da gerektiği şekilde yerine getiren ya da getirebileceğini savunan melez yöneticiler de mevcuttur. Bu noktada en önemli sorun kişinin kendisini bir yönetici olarak görüp görmediği ya da mevcut durumundan memnun olup olmadığıdır.

SONUÇ

Bir insanın toplum içinde doğup büyüyüp gelişmesine yansıması olarak ifade edilen kimlik kavramı; insanın kim olduğunu, ne iş yaptığını ve sosyolojik bağlamını ifade eden bir karşılayıcı kavramdır. Sosyoloji, biyoloji, psikoloji, antropoloji ve felsefe gibi bilim dallarının farklı şekillerde ele aldığı kimlik kavramı muğlak ve tanımlanması zor bir kavramdır. İş kimliği ise bireyin karakterini, yaşam şartlarını ve çevresinin ona bakış açısını ifade eden bir bağlam olarak düşünülür. Birey çalışırken kendine işe yönelik bir kimlik inşa etmekte ve bu kimlik bireyin çalışma yaşamındaki görüntüsü olmaktadır. Dolayısıyla iş kimliğine bağlı olarak bireyden beklenen davranışlar bulunmaktadır. İşte bu noktada bireyin iş kimliğini farklı rollerde ve/veya yeteneklerde ele alması ile yaptığı iş ile mesleki birikimleri bir araya gelmekte ve hibritleşmektedir. Hibrit iş kimliği bireyin farklı yetenekleri ve rolleri kendisinde barındırarak hareket etmesini ifade eder. Hibrit iş kimliği ile birey sahip olduğu meslek yeterlilikleri ve bilgileri iş dünyasında kendisine biçilen görevler ile birleştirmekte ve kendisine yeni bir kimlik inşa etmektedir. Hibrit iş kimliği sahibi olan kişinin iki farklı yönü bulunmaktadır. Bu yönlerin birincisi profesyonel kimliği ikincisi ise görevsel kimliği ifade etmektedir.

Yön 1-Profesyonel Kimlik: Bu kimlik bireyin eğitim aldığı ve eğitim sonucunda ortaya çıkan mesleki kimliğini ifade eder. Bu kimlikle birey eğitim aldığı ve/veya uzmanlaştığı alanda bilgi sahibidir ve bu yönde çalıştığı ya da çalışacağı varsayılır.

Yön 2-İş/Görevsel Kimlik: Bu kimlik ise bireyin çalışırken kendisine verilen görevlerden kaynaklanan kimliktir. Bu görevler mesleki yeterliliklerinin dışında yer alabilecek görevlerdir. Herhangi iş için mesleki yeterliliğinden farklı bir görev de olabilir, yöneticilik görevi de olabilir.

Günümüz iş/işletmecilik koşullarında artık bireyler profesyonel rollerinin dışında hareket etmek ve yetenek geliştirmek zorundadırlar. Bu zorunluluk dikkate alındığında profesyonel ve görevsel kimliği birlikte barındıran hibrit iş kimliği önemli bir çalışan performans göstergesi olarak değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

1. Atak, H. (2011). Kimlik Gelişimi ve Kimlik Biçimlenmesi: Kuramsal Bir Değerlendirme. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar. 3(1): 163-213.
2. Bozkurt, V. (2005). Endüstriyel&Post-Endüstriyel Dönüşüm Bilgi, Ekonomi, Kültür. İstanbul: Alfa Akademi Aktüel Yayınları.
3. Buche, M. W. (2006). Gender and IT professional work identity. in Encyclopedia of gender and information technology. (pp. 434-439). IGI Global.
4. Burak, Z., (2016). Editörden. Nucl Med Semin (Nükleer Tıp Seminerleri). Cilt 2. Sayı 1.
5. Currie, G., Croft, C. (2015). Examining Hybrid Nurse Managers As A Case of Identity Transition in Healthcare: Developing A Balanced Research Agenda Work. Employment And Society, 29(5): 855– 865.
6. Erikson, E. H. (1956). The Problem of Ego Identity. Journal of the American Psychoanalytic Association. 4(1): 56-121.
7. Everett Hughes (1996). Meslekler. (Çev. Zafer Cirhinlioğlu). Meslekler ve Sosyoloji. İstanbul: Gündoğan Yayınları.
8. Gergen, K. (1991). The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life, New-York: Basic Books.14.
9. Işık, G. (1999). Meslek, meslek ahlâkı ve meslek odası. Türkiye İnşaat Mühendisliği 15. Teknik Kongresi, Kongre Sempozyum Bildiriler Kitabı. 843-856.
10. Joffe, M. ve MacKenzie-Davey, K. (2012). The problem of identity in hybrid managers: who are medical directors?. International Journal of Leadership in Public Services. 8(3): 161-174.
11. Kaya, R. R. ve Kaya, E. (2019). Hekimlerin Yönetici Macerası Melez İş Kimliği ve Hekim Yöneticiler. Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Yönetimi Dergisi. 1(2): 82-102.
12. Kaya, R. R. ve Kaya, E. (2021). Yönetici Hekimlerin Melez İş Kimliği Deneyimleri Üzerine Nitel Bir Araştırma. Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi. 24(2): 275-294.
13. Kohn, L., Harold D. R. (2002). Daoist Identity: History, Lineage, and Ritual. (Edi. Kohn, Livia ve Harold D. Roth). University of Hawai ‘i Press, United States of Amerika.
14. Marcia, JE. (1989). Identity and Intervention. J Adolesc. 1989;12 (4):401-410.
15. Mcgıvern, G., Currıe, G., Ferlıe, E., Fıtzgerald, L. ve Warıng, J., (2015). Hybrıd Manager– Professıonals’ Identıty Work: The Maıntenance And Hybrıdızatıon of Medıcal Professıonalısm in Managerıal Contexts, Public Administration. 93(2): 412-432.
16. Pavlica, K. ve Thorpe, R. (1998). Managers’ perceptions of their identity: a comparative study between the Czech Republic and Britain. British Journal of Management, 9: 133-49 ve 230.
17. Pratt, M.G., Rockman, K.W. ve Kaufmann, J.B. (2006). Constructing professional identity: the role of work and identity learning cycles in the customization of identity among medical residents. Academy of Management Journal. 49(2): 235-62.
18. Saayman, T. ve Crafford, A. (2011). Negotiating work identity. SA Journal of Industrial Psychology/SA Tydskrif vir Bedryfsielkunde. 37(1): 1-12.
19. Sabancıoğulları, S. ve Doğan, S. (2012). Bir Entegre Eğitim Programından Yeni Mezun Olan Hemşirelerin Meslek ve Okul Eğitimine İlişkin Düşünceleri ve Profesyonel Kimlik Düzeyleri. Florence Nightingale Journal of Nursing. 20(3): 184-192.
20. Sveningsson, S. ve Alvesson, M. (2003). Managing managerial identities: Organizational fragmentation, discourse and identity struggle. Human Relations. 56(10): 1163–1193.
21. Walsh, K., Gordon, J. R. (2008). Creating an individual work identity. Human resource management Review. 18(1): 46-61.
22. Watson, T. (2002). Professions and professionalism: should we jump off the bandwagon, better to study where it is going?. International studies of management and organization. 32(2): 93-105.
23. Witt, L. A., Patti, A. L. ve Farmer, W. L. (2002). Organizational politics and work identity as predictors of organizational commitment. Journal of Applied Social Psychology. 32(3): 486-499.

24. Wrzesniewski, A. ve Dutton, J. E. (2001). Crafting a job: Revisioning employees as active crafters of their work. The Academy of Management Review. 26(2): 179–201.
25. Wynd, C. A., (2003). Current factors contributing to professionalism in nursing. Journal of professional nursing. 19(5): 251-261.
26. Yılmaz, Y. (2011). Siyasal Sistem ve Medya Kuramları Bağlamında Türkiye'de Gazeteciliğin Meslekî Kimlik Sorunu ve Bir Alan Araştırması. Marmara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Doktora Tezi). İstanbul.



42.

Organizational Identification Bibliometric Analysis

ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Dr. Özgür Çark*

ÖZET

Örgütsel özdeşleşme bir örgütün üyeleri tarafından içselleştirilmesi ve bağlılığını ifade bir kavramdır. Örgütsel özdeşleşmenin varlığı tamamen var veya tamamen yok şeklinde bir değerlendirmeden ziyade özdeşleşme düzeyi veya derecesi olarak anlaşılmalıdır. Örgütsel özdeşleşme kişinin değerleri, hedefleri, inançları, özellikleri ve yetenekleri gibi bireysel kimliği ile örgüt kimliği arasında kurduğu bağ ile devam eden bir bütünleşme sürecidir. Bu nedenle örgütsel özdeşleşme, çalışanların örgütsel bağlılığını artıran önemli bir unsurdur. Örgütsel özdeşleşmenin işletme ve yönetim bilimi açısından bu önemi alan yazınında konuya olan ilgiyi artırmaktadır. Bu araştırmada, örgütsel özdeşleşme konusunda alan yazının genel bir görünümünü çıkarmak amacıyla uluslararası literatür belirli kıstaslar doğrultusunda bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenmiştir. Araştırmada, makalenin yayınlandığı ülke,

***Assistant Professor, Bolu Abant İzzet Baysal University.**

dergi, yayınlanma yılı ve yazarlar gibi kıstaslar kullanılmıştır. Bu kıstaslar kapsamında Web of Scince, Sosyal Bilimler Atıf İndeksi (SSCI) üzerinden ulaşılan 234 adet makale değerlendirilmiştir. Makalelere ait analizler Web of Science ve VOSviewer uygulamaları ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda ulaşılan bulgular doğrultusunda, yayınlanan en eski tarihli makalenin 1970 yılında yayınlandığı ve yıllar itibariyle makale sayısında artış olduğu görülmektedir. En fazla makalenin "Uluslararası İnsan Kaynakları Yönetimi, İşletme Etiği, Mesleki ve Örgütsel Psikoloji" dergilerinde yayınlandığı görülmektedir. Ortak kelime analizi sonucuna göre örgütsel özdeşleşme, sosyal kimlik, performans, iş, bağlılık, kimlik, etki, iş-tatmini, öncüller, davranış ve vatandaşlık davranışı kelimeleri öne çıkan kelimeler olarak konu hakkında yapılan çalışmalarda en sık tercih edilen anahtar kelimelerdir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Özdeşleşme, Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Vatandaşlık, Alan Yazın İncelemesi, Bibliyometrik analiz

Abstract

Organizational identification is a concept that expresses the internalization and commitment of an organization by its members. The existence of organizational identification should be understood as the level or degree of identification, rather than an evaluation as completely present or absent. Organizational identification is an ongoing integration process with the bond established between individual identity and organizational identity, such as values, goals, beliefs, characteristics and abilities. For this reason, organizational identification is an important element that increases the organizational commitment of employees. This importance of organizational identification in terms of business and management science increases the interest in the subject in the literature. in this research, the international literature was examined with the bibliometric analysis method in line with certain criteria in order to get a general view of the literature on organizational identification. in the research, criteria such as the country in which the article was published, the journal, the year of publication and the authors were used. Within the scope of these criteria, 234 articles accessed through Web of Science, Social Sciences Citation Index (SSCI) were evaluated. The analyzes of the articles were carried out with Web of Science and VOSviewer applications. in line with the findings obtained as a result of the analyzes, it is seen that the oldest published article was published in 1970 and there has been an increase in the number of articles over the years. It is seen that the most articles were published in the journals of International Human Resource Management, Business Ethics and Occupational and Organizational Psychology. According to the results of the common word analysis organizational identification, social identity, performance, work, commitment, identity, impact, job-satisfaction, antecedents, behavior, citizenship behavior are the most frequently preferred keywords in the studies.

Keywords: Organizational Identification, Organizational Identity, Organizational Citizenship, Literature Review, Bibliometric analysis

GİRİŞ

Örgütsel özdeşleşme kavramı, örgütlerde işgörenlerin duygusal ve davranışsal durumlarını ve bu durumların sonuçlarını incelemek için kullanılan önemli bir kavramdır (Karanika-Murray vd., 2015, s. 1019). Alan yazında örgütsel özdeşleşmenin, örgüt üyelerinin örgütün çıkarları doğrultusunda çalışmasını sağlamaya yardımcı olan son derece önemli bir psikolojik durum olduğu argümanını savunan bir hayli çalışma mevcuttur.

Alan yazında mevcut çalışmaların bazılarının örgütsel özdeşleşme kavramına duygusal bileşenleri açısından, bazılarının bilişsel bileşenleri açısından, bazılarının değerlendirici bileşenleri açısından ve diğer bazısının ise davranışsal bileşenleri açısından yaklaştığı görülmekte ve bu nedenle araştırmacıların örgütsel özdeşleme kavramsallaştırma çalışmalarında bir takım benzerlik ve örtüşmeler görülüyor olsa da önemli bir takım farklılıkların olduğu da dikkat çekmektedir (Brown, 2017).

Bireyin örgüte psikolojik anlamda bağlılığını ifade eden örgütsel özdeşleşme, özellikle örgütsel performans üzerindeki etkisi nedeniyle giderek artan bir ilgiyle karşılaşmıştır (Reade, 2001, s. 1269). Örgütsel özdeşleşme kişi ile örgütü arasında bilişsel bir bağlantı olarak tanımlanırken, özdeşleşmeme ise bir ayrılık duygusu olarak ifade edilmektedir (Bhattacharya & Elsbach, 2002). Örgütsel özdeşleşme ile ilgili pek çok tanım yapılmış olsa da evrensel olarak geçerli tek bir tanımdan söz edilememektedir (Brown, 2017).

Örgütsel özdeşleşme alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde ilk çalışmaların daha çok bireysel açıdan örgütsel özdeşleşmeyi etkileyen unsurların araştırıldığı çalışmalardan (Hall vd., 1970; Hall & Schneider, 1972; Lee, 1971; Long, 1978; Rotondi, 1975) oluştuğu görülmektedir. Sonraki çalışmalarda sosyal kimlik teorisine yaslanmış çalışmalar (Mael & Ashfort, 1992, 1995)it has not been clearly operationalized. The current study tests a proposed model of organizational identification. Self-report data from 297 alumni of an all-male religious college indicate that identification with the alma mater was associated with: (1 ve örgütsel özdeşleşmede bireysel özelliklerin yanı sıra örgütsel özelliklerin de ele alındığı çalışmaların alan yazına kazandırıldığı görülmektedir.

Stratejik yönetim konularına artan ilgili ile beraber liderler ve yöneticilerde örgütsel özdeşleşme konusunu ele alan çalışmalar da (Gonzalez & Chakraborty, 2012; Lange vd., 2015, s. 1224; Li vd., 2002; Marstand vd., 2021; Monzani vd., 2016; Moriano vd., 2014; Schuh vd., 2012) alan yazında artmıştır. Sonraki yıllarda dijital teknolojilerde yaşanan gelişmeler neticesinde yaygınlaşan sanal organizasyonlar doğrultusunda dijital örgütlerde örgütsel özdeşleşmeyi inceleyen çalışmalara da (Bartel vd., 2012; Mukherjee vd., 2012; Wiesenfeld vd., 1999, 2001) rastlanmaktadır. Dijital dönüşümle birlikte dönüşümcü liderlik konuları ile birlikte örgütsel özdeşleşme konularını birlikte ele alan çalışmalar (Bose vd., 2021; Effelsberg & Solga, 2015; Epitropaki & Martin, 2005; Koveshnikov & Ehrnrooth, 2018; Liu vd., 2021; Moriano vd., 2014)Smidts et al.'s (2001 alan yazında ortaya çıkmıştır.

Örgütsel özdeşleşme konusunda pek çok çalışma yapılmış olup bu çalışmalar kitlesel bir büyüklüğe sahiptir. Örgütsel özdeşleşme konusunda yapılmış olan çalışmaların niceliksel olarak mevcut durumu ve tarihsel süreç içerisindeki eğilimlerinin ortaya konulabilmesi hem mevcut durumun anlaşılabilmesi hem de gelecek araştırmalar için yol gösterici olması açısından önemlidir. Bu maksatla bu çalışmada örgütsel özdeşleşme konusunda alan yazındaki mevcut çalışmaların bibliyometrik analizinin yapılması amaçlanmıştır.

Örgütsel özdeşleşme konusunda yapılmış çalışmaların bibliyometrik analizi için örgütsel özdeşleşme kavramıyla ilgili tüm zamanları kapsayan bir bibliyometrik araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda WoS veri tabanları SSCI indekslerinde konuyla ilgili yayınlanmış makaleler taranarak yönetim ve işletme alanlarında ulaşılan 234 adet makalenin bibliyometrik analizi yapılmıştır. Öncelikle makalelere dair performans analizi gerçekleştirilmiş, sonrasında ise bilimsel haritalama analizi gerçekleştirilmiştir. Analize ilişkin bulgular paylaşılmış, sonuç kısmında ise analiz sonucu ulaşılan bulgular doğrultusunda literatür ve konu hakkında genel değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Örgütsel Özdeşleşme

Örgütsel özdeşleşme kavramı, örgütsel davranış disiplini içinde merkezi bir konuma sahip olup, bugün yönetim araştırmalarında giderek artan bir ilgi görmektedir. Bunun başlıca sebeplerinden biri, örgütsel özdeşleşmenin üye ve örgüt arasında var olan temel bağlantı veya bağı yansıtan ve bu nedenle potansiyel olarak örgütteki pekçok önemli tutum ve davranışı açıklama ve tahmin etme yeteneğine sahip kilit bir psikolojik unsur olarak görülmesidir (Edwards, 2005, s. 207). Daha kısa bir tanımlama ile Karanika-Murray vd., (2015, s. 1019) örgütsel özdeşleşmeyi, bir kişinin çalıştığı örgüte kendini ait hissetmesi olarak ifade etmektedir.

Kavram için kabul edilmiş tek bir evrensel tanım bulunmamakla birlikte örgütsel özdeşleşme, kısaca birlik veya bir topluluğa ait olmak olarak tanımlanırken, geniş olarak örgüt üyesi tarafından örgütün amaç, inanç, değer, davranış, bilgi ve becerilerinin kendi amaç, inanç, değer, davranış, bilgi ve becerisi olarak görülmesini ifade etmektedir (Brown, 2017, s. 299).

Örgütsel özdeşleşme kavramının örgütsel davranış ve örgütsel iletişim disiplinleri tarafından farklı şekillerde ele alındığı görülmekte, örgütsel davranış alan yazınında örgütsel özdeşleşme, örgüt üyesinin örgütü tanımladığına inandığı örgütsel nitelikler ile kendi nitelikleri arasındaki benzerlik ve uyum derecesi olarak ifade edilirken, örgütsel iletişim alan yazınında ise örgütsel özdeşleşme dil temelli bir paylaşım süreci şeklinde değerlendirilmektedir (Chreim, 2002, s. 1118).

Çalışanların bulundukları örgütün değer ve amaçlarının bir parçası olmasının veya bunlarla özdeşleşmesinin oldukça önemli olduğu değerlendirilmekle birlikte örgütün etkin ve verimli olarak işleyişini sürdürebilmesi için örgütsel özdeşleşmenin önemli olduğu öne sürülmüştür (Karanika-Murray vd., 2015, s. 1020).

Yöntem

Araştırma sorularına yanıt bulabilmek için WoS veri tabanlarında yer alan ve tüm zamanlarda "örgütsel özdeşleşme" alanında yayınlanmış olan yayınlar taranarak incelenmiştir. Alan yazınının mevcut durumunu görebilmek ve inceleyebilmek adına oldukça kullanışlı bir yöntem olan bibliyometrik analiz (Bağış, 2021) yöntemi ile ulaşılan makaleler analiz edilmiştir. Bu araştırma için 2021 yılının Ekim ayında Web of Science (WoS) veri tabanları temel koleksiyonunda bulunan makaleler taranmıştır. Başlık kısmına "organizational identification" yani "örgütsel özdeşleşme" yazarak, tüm yılları kapsayacak şekilde WoS SSCI indeksinde yayınlanmış "yönetim" ve işletme" kategorilerinde yer alan makaleler filtrelendiğinde 234 adet makaleye ulaşılmıştır. En çok atıf alan yayın sıralaması tercih edilerek makaleler sıralanmıştır.

WoS veri tabanlarından örgütsel özdeşleşme alanında ulaşılan 234 adet makalenin analizinde WoS veri tabanında sunulan analizler ve VOSviewer paket programından yararlanılmıştır. Tarama sonucu elde edilen veri seti, yayın yılı, yayınlanan ülke, yayınlanan dergi ve ortak kelime analizi ile incelenerek performans analizi yapılmıştır. Daha sonra analizlerin bilimsel haritalaması gerçekleştirilmiştir.

Örgütsel Özdeşleşme Alan Yazınına İlişkin Bulgular

Bu bölümde WoS veri tabanlarından elde edilen veri setinin bibliyometrik analizi sonucu ulaşılan bulgulara değinilmiştir. Bibliyometrik analiz yapılırken iki tür analiz öne çıkmaktadır bunlardan ilki; literatürün genel durumunu göstermeyi amaçlayan, yayın yılı, ülke, dergi adı, kurum, yayıncı kuruluş gibi göstergeler yardımıyla ilgili alan hakkında büyük resmi görmeyi sağlayan performans analizi, ikincisi ise alan yazınından ulaşılan ilgili veri seti üzerinden alanın eğilimleri, yaklaşımları, bilişsel ve fikirsel yapısı ile alt konuları hakkında fikir edinmek için analize tabi tutulan unsurlar arasındaki bağlantıların görsel olarak elde edildiği bilimsel alan haritalama analizidir (Bağış, 2021, ss. 97-98; Öztürk, 2021, ss. 40-41).

Öncelikle "örgütsel özdeşleşme" alanına dair alanın bir performans analizi gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda makalelerin yayınlandıkları indeksler, yayın yılı, yayınlandıkları dergi adı, yayıncı kuruluş, makalelerin menşe ülkesi, yayınların yazarlarına dair bulgular ve anahtar kelimler incelenmiştir. Tablo 1'de tüm zamanlarda yayınlanmış örgütsel kimlik alanında ulaşılan 149 adet makalenin yıllara göre dağılımı sunulmaktadır.

Tablo 1: Makalelerin yıllara göre dağılımı

Yayın yılı	Adet	% of 234	Yayın yılı	Adet	% of 234	Yayın yılı	Adet	% of 234
2020	27	11.538	2019	12	5.128	1971	1	0.427
2017	21	8.974	2006	7	2.991	1972	1	0.427
2013	18	7.692	2007	7	2.991	1975	1	0.427
2016	18	7.692	2010	7	2.991	1978	1	0.427
2018	16	6.838	2004	5	2.137	1992	1	0.427
2011	15	6.410	2002	4	1.709	1995	1	0.427
2012	15	6.410	2005	4	1.709	1999	1	0.427
2014	14	5.983	2001	3	1.282	2000	1	0.427
2015	14	5.983	2008	3	1.282	2009	1	0.427
2021	14	5.983	1970	1	0.427			

WoS veri tabanında SSCI ve ESCI indekslerde örgütsel özdeşleşme alanında tüm yılları kapsayan tarama sonucunda ulaşılan 234 makalenin yaklaşık %95'i 2000 yılından sonra yayınlanan makalelerden oluşmaktadır. Farklı bir ifade ile örgütsel özdeşleşme kavramına olan ilginin 2000'li yıllardan sonra arttığı anlaşılmaktadır.

Tablo 1 incelendiğinde en fazla makalenin 27 makale ile 2020 yılında yayınlandığı görülmektedir. WoS veri tabanında bu taramanın Ekim ayında yapıldığı göz önünde bulundurulduğunda ilerleyen ay ve senelerde şu an ki 2021 yayın sayısı olan 14'ün üzerine çıkılacağı öngörülmektedir. Bu yayınların yayınlandıkları dergi dağılımları ise tablo 2' de gösterilmektedir.

Tablo 2: Makalelerin yayınlandıkları dergiler

Dergi Adı	Yayın Sayısı
International journal of human resource management	11
Journal of business ethics	11
Journal of occupational and organizational psychology	11
Academy of management journal	10
Human relations	10
Journal of organizational behavior	10
British journal of management	8
European journal of work and organizational psychology	7
Leadership organization development journal	7
Personnel review	7
International journal of business communication	6
Corporate social responsibility and environmental management	5
Journal of applied psychology	5

Journal of management	5
Organization science	5

Yayıncı kuruluşlar kategorisinde yayınların dağılımı ise tablo 3'de gösterilmektedir.

Tablo 3: Makaleleri yayınlayan yayıncı kuruluşlar

Yayıncı Kuruluş	Yayın Sayısı	%
Wiley	50	21.368
Sage	36	15.385
Emerald Group Publishing	33	14.103
Elsevier	26	11.111
Springer Nature	24	10.256
Taylor & Francis	23	9.829
Acad Management	12	5.128
Amer Psychological Assoc	5	2.137
Cambridge Univ Press	4	1.709
Informs	4	1.709

Yayıncı kuruluşlar kapsamında makaleler incelendiğinde, yayınların yaklaşık %82 gibi büyük çoğunluğu Wiley, Sage, Emerald, Elsevier, Springer Nature, Taylor&Francis gibi büyük yayıncı kuruluşlara aitken yaklaşık %18'i diğer yayıncı kuruluşlara aittir. 50 yayın ile en fazla yayına sahip yayıncı kuruluş Wiley' dir.

Yayınlanan makalelerin yayınlandıkları ülkelere göre dağılımı tablo 4' de gösterilmektedir.

Tablo 4: Makalelerin yayınlandıkları ülkeler

No	Ülke	Yayın Sayısı	%
1	USA	105	44.872
2	PEOPLES R CHINA	41	17.521
3	ENGLAND	39	16.667
4	GERMANY	24	10.256
5	CANADA	18	7.692
6	AUSTRALIA	17	7.265
7	NETHERLANDS	16	6.838
8	PAKISTAN	10	4.274
9	FRANCE	9	3.846
10	BELGIUM	8	3.419
11	TURKEY	8	3.419

12	TAIWAN	6	2.564
13	INDIA	5	2.137
14	SCOTLAND	5	2.137
15	SPAIN	5	2.137
16	FINLAND	4	1.709
17	SOUTH KOREA	4	1.709
18	IRELAND	3	1.282
19	ISRAEL	3	1.282
20	ITALY	3	1.282
21	SAUDI ARABIA	3	1.282
22	SWITZERLAND	3	1.282
23	BRAZIL	2	0.855
24	NORWAY	2	0.855
25	DENMARK	1	0.427

Makalelerin yayınlandığı ülkeler incelendiğinde “örgütsel özdeşleşme” alanında yayınlanan makalelerin yaklaşık %45’i ABD menşeli yayınlanmış olup devamında Çin Halk Cumhuriyeti, İngiltere, Almanya ve Kanada gelmektedir. Türkiye menşeli yayınlanan yayın sayısı 8 olup, dünya sıralamasında 11. sırada yer almaktadır. Makale yazarlarının dağılımı tablo 5’ de gösterilmektedir.

Tablo 5: Makale yazarlarının dağılımı

No	Ülke	Yayın Sayısı	%
1	Van Dick R	15	6.410
2	Ashforth BE	6	2.564
3	Christ O	6	2.564
4	Van Knippenberg D	6	2.564
5	Wieseke J	6	2.564
6	Schuh SC	5	2.137
7	Cheema S	4	1.709
8	Galvin BM	4	1.709
9	Loi R	4	1.709

Tablo 5 incelendiğinde 15 yayın ile “örgütsel özdeşleşme” alanında en fazla yayın yapan araştırmacı yazarın Van Dick R. olduğu görülmektedir. Alan yazınında “örgütsel özdeşleşme” konusunda yapılan yayınların ilgilendikleri temel konu başlıklarını analiz edip anlayabilmek için ortak kelime (co-word/co-occurance) analizi yapılmıştır. VOSviewer uygulaması yardımıyla yapılan analiz neticesinde ulaşılan bulgular tablo 6’ da sunulmuştur.

Tablo 6: Ortak kelime analiz bulguları

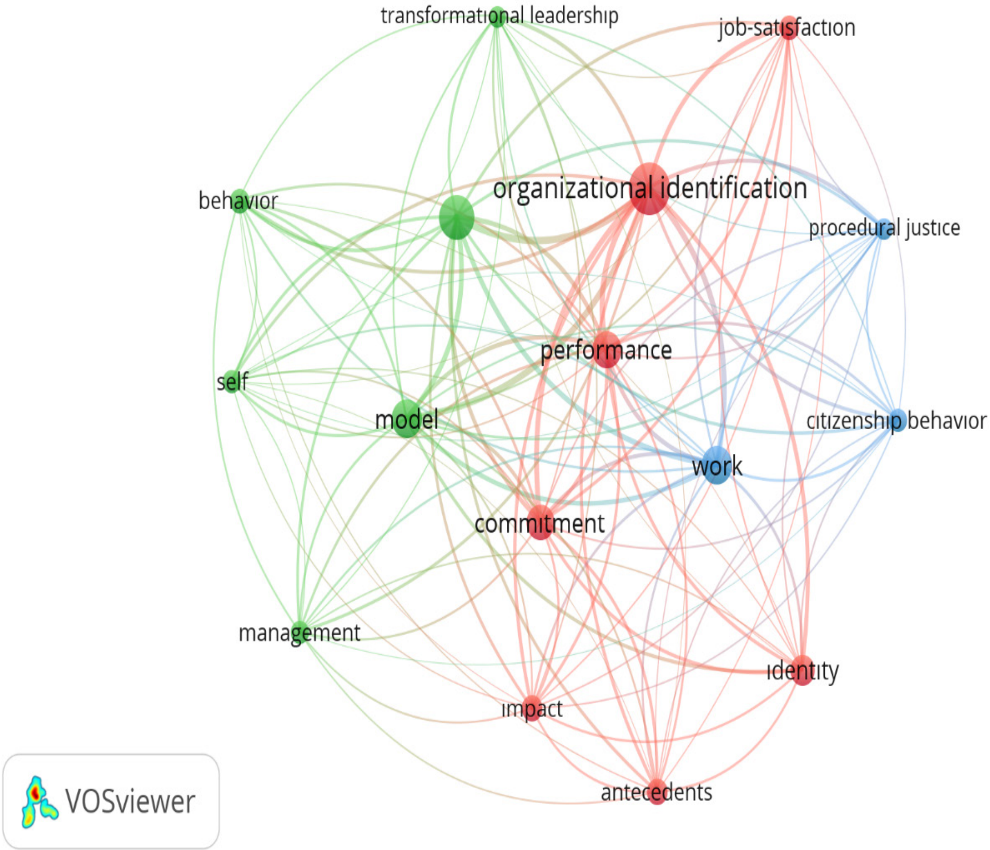
No	Ortak Kelime	Kullanım Sıklığı
1	organizational identification	145
2	social identity	100
3	model	73
4	work	69
5	performance	66
6	commitment	60
7	identity	41
8	impact	31
9	antecedents	29
10	job-satisfaction	27
11	behavior	24
12	citizenship behavior	22
13	management	22
14	self	22
15	procedural justice	20
16	transformational leadership	20

Tablo 6 incelendiğinde "örgütsel özdeşleşme" alanında yayınlanmış olan 234 makalenin anahtar kelimelerinden yola çıkılarak yapılan ortak kelime analizinde 145 kez ile en çok kullanılan ortak kelimenin örgütsel özdeşleşme (organizational identification), sonrasında 100 kez ile sosyal kimlik (social identity) olduğu görülmektedir. Sonrasında 73 kez ile model (model) 69 kez iş (work) ve 66 kez performans (performance) kelimelerinin kullanıldığı görülmektedir.

Tablo 6' dan da anlaşılacağı üzere örgütsel özdeşleşme konusunda yapılan çalışmaların çoğunda kimlik, performans, bağlılık, öncüller, örgütsel davranış, iş tatmini, adalet, yönetim, dönüşümcü liderlik gibi örgüt üye ilişkisi ve örgüt üye bağlılığı konularının çalışıldığı görülmektedir. Makalelerdeki ortak anahtar kelimeler ve anahtar kelimeler arasındaki bağlantıların incelenmesi alan yazın hakkında genel görünüm hakkında fikir vermektedir.

Şekil 1'de bilimsel alan haritalaması kapsamında ortak atıf analizi ve ortak kelime analizine dair bulgular sunulmuştur.

Şekil 1: Ortak Kelime Ağı Analizi



Şekil 1 incelendiğinde, tablo 6' dekine benzer olarak "örgütsel özdeşleşme, sosyal kimlik, performans, model" kelimelerinin diğer kavramlar ile ortak ağ yapısı oluşturduğu ve ağların bu üç kavram üzerinde kümelendiği dikkat çekmektedir.

SONUÇ

Örgütsel özdeşleşme konusunda yapılan çalışmalar incelendiğinde kavramla ilgili çalışmaların 1970'li yıllara kadar geriye gittiği görülmekle birlikte 2011yılından sonra konuyla ilgili çalışmaların arttığı görülmektedir. En fazla makalenin ise 27 makale ile 2020 yılında yayınlandığı görülmektedir. WoS tabanlarında SSCI indeksinde yönetim ve işletme alanlarında tüm zamanlarda yayınlanmış 234 adet makaleye ulaşılmıştır. Bu makalelerden %95'ini 2000'li yıllardan sonra yayınlanan makaleler oluşturmaktadır.

Konuyla ilgili makalelerin yayınlandıkları dergiler, Wiley, Sage, Emerald, Elsevier, Springer Nature, Taylor&Francis gibi alanında öncü büyük yayıncı kuruluşların yayınladıkları dergilerdir. Yayınlanmış makalelerin yaklaşık %82' si bu yayıncı kuruluşlar tarafından

yayınlanan dergilerde yer alan makalelerdir. 50 makale ile en fazla makale yayınlayan yayıncı kuruluş Wiley, 11 makale ile örgütsel özdeşleşme konusunda en fazla makale yayınlayan dergiler ise International Journal of Human Resource Management, Journal of Business Ethics, Journal of Occupational and Organizational Psychology adlı dergilerdir.

Örgütsel özdeşleşme alanında en çok makale yayınlayan ülke ise sırasıyla ABD, Çin Halk Cumhuriyeti, İngiltere ve Almanya'dır. Bu dört ülkede yayınlanmış olan makale toplamda yayınlanmış makalelerin yaklaşık %90'ını oluşturmaktadır. Türkiye ise örgütsel özdeşleşme konusunda yayınladığı 8 makale ile 11. sırada yer almaktadır. Van Dick 15 makale, Ashforth, Christ, Van Knippenberg ve Wieseke adlı araştırmacılar 6 makale ile en fazla makale yayınlayan araştırmacılardır.

Yapılan ortak kelime analizinden elde edilen bulgulara göre 145 kez ile en çok kullanılan ortak kelimenin örgütsel özdeşleşme sonrasında 100 kez ile sosyal kimlik olduğu görülmektedir. Sonrasında 73 kez ile model, 69 kez iş ve 66 kez performans kelimelerinin kullanıldığı görülmektedir. Örgütsel özdeşleşme kavramının pek çok çalışmada sosyal kimlik teorisi ile birlikte ele alındığı görülmekte ve örgütsel özdeşleşmenin örgütsel performans üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Yapılan bu çalışmaların sonuçlarının pek çoğu örgütsel özdeşleşme ile örgütsel performans arasında sıkı bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

1. Bartel, C., Wrzesniewski, A., & Wiesenfeld, B. (2012). Knowing Where You Stand: Physical Isolation, Perceived Respect, and Organizational Identification Among Virtual Employees. Organization Science, 23(3), 743-757. https://doi.org/10.1287/orsc.1110.0661
2. Bhattacharya, C., & Elsbach, K. (2002). Us versus them: The roles of organizational identification and disidentification in social marketing initiatives. Journal of Public Policy & Marketing, 21(1), 26-36. https://doi.org/10.1509/jppm.21.1.26.17608
3. Bose, S., Patnaik, B., & Mohanty, S. (2021). The Mediating Role of Psychological Empowerment in the Relationship Between Transformational Leadership and Organizational Identification of Employees. Journal of Applied Behavioral Science, 57(4), 490-510. https://doi.org/10.1177/0021886320920951
4. Brown, A. (2017). Identity Work and Organizational Identification. International Journal of Management Reviews, 19(3), 296-317. https://doi.org/10.1111/ijmr.12152
5. Chreim, S. (2002). Influencing organizational identification during major change: A communication-based perspective. Human Relations, 55(9), 1117-1137. https://doi.org/10.1177/0018726702055009022
6. Edwards, M. (2005). Organizational identification: A conceptual and operational review. International Journal of Management Reviews, 7(4), 207-230. https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2005.00114.x
7. Effelsberg, D., & Solga, M. (2015). Transformational Leaders' In-Group versus Out-Group Orientation: Testing the Link Between Leaders' Organizational Identification, their Willingness to Engage in Unethical Pro-Organizational Behavior, and Follower-Perceived Transformational Leadership. Journal of Business Ethics, 126(4), 581-590. https://doi.org/10.1007/s10551-013-1972-z
8. Epitropaki, O., & Martin, R. (2005). The moderating role of individual differences in the relation between transformational/transactional leadership perceptions and organizational identification. Leadership Quarterly, 16(4), 569-589. https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2005.06.005
9. Gonzalez, J., & Chakraborty, S. (2012). Image and similarity: An identity orientation perspective to organizational identification. Leadership & Organization Development Journal, 33(1-2), 51-65. https://doi.org/10.1108/01437731211193115
10. Hall, D., & Schneider, B. (1972). Correlates of Organizational Identification as a Function of Career Pattern and

Organizational Type. Administrative Science Quarterly, 17(3), 340-350. https://doi.org/10.2307/2392147

11. Hall, D., Schneider, B., & Nygren, H. (1970). Personal Factors in Organizational Identification. Administrative Science Quarterly, 15(2), 176-190. https://doi.org/10.2307/2391488
12. Karanika-Murray, M., Duncan, N., Pontes, H., & Griffiths, M. (2015). Organizational identification, work engagement, and job satisfaction. Journal of Managerial Psychology, 30(8), 1019-1033. https://doi.org/10.1108/JMP-11-2013-0359
13. Koveshnikov, A., & Ehrnrooth, M. (2018). The Cross-Cultural Variation of the Effects of Transformational Leadership Behaviors on Followers' Organizational Identification: The Case of Idealized Influence and Individualized Consideration in Finland and Russia. Management and Organization Review, 14(4), 747-779. https://doi.org/10.1017/mor.2018.27
14. Lange, D., Boivie, S., & Westphal, J. (2015). Predicting organizational identification at the CEO level. Strategic Management Journal, 36(8), 1224-1244. https://doi.org/10.1002/smj.2283
15. Lee, S. (1971). Empirical Analysis of Organizational Identification. Academy of Management Journal, 14(2), 213-226. https://doi.org/10.2307/255308
16. Li, J., Xin, K., & Pillutla, M. (2002). Multi-cultural leadership teams and organizational identification in international joint ventures. International Journal of Human Resource Management, 13(2), 320-337. https://doi.org/10.1080/09585190110103043
17. Liu, H., Bracht, E., Zhang, X., Bradley, B., & van Dick, R. (2021). Creativity in non-routine jobs: The role of transformational leadership and organizational identification. Creativity and Innovation Management, 30(1), 129-143. https://doi.org/10.1111/caim.12419
18. Long, R. (1978). Effects of Employee Ownership on Organizational Identification, Employee Job Attitudes, and Organizational Performance—Tentative Framework and Empirical Findings. Human Relations, 31(1), 29-48. https://doi.org/10.1177/001872677803100102
19. Mael, F., & Ashfort, B. (1992). Alumni and Their Alma-Mater—A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification. Journal of Organizational Behavior, 13(2), 103-123. https://doi.org/10.1002/job.4030130202
20. Mael, F., & Ashfort, B. (1995). Loyal from Day One—Biodata, Organizational Identification, and Turnover Among Newcomers. Personnel Psychology, 48(2), 309-333. https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1995.tb01759.x
21. Marstand, A., Epitropaki, O., van Knippenberg, D., & Martin, R. (2021). Leader and organizational identification and organizational citizenship behaviors: Examining cross-lagged relationships and the moderating role of collective identity orientation. Human Relations, 74(10), 1716-1745. https://doi.org/10.1177/0018726720938118
22. Monzani, L., Braun, S., & van Dick, R. (2016). It takes two to tango: The interactive effect of authentic leadership and organizational identification on employee silence intentions. German Journal of Human Resource Management-Zeitschrift Fur Personalforschung, 30(3-4), 246-266. https://doi.org/10.1177/2397002216649896
23. Moriano, J., Molero, F., Topa, G., & Mangin, J. (2014). The influence of transformational leadership and organizational identification on intrapreneurship. International Entrepreneurship and Management Journal, 10(1), 103-119. https://doi.org/10.1007/s11365-011-0196-x
24. Mukherjee, D., Hanlon, S., Kedia, B., & Srivastava, P. (2012). Organizational identification among global virtual team members The role of individualism-collectivism and uncertainty avoidance. Cross Cultural Management-an International Journal, 19(4), 526-545. https://doi.org/10.1108/13527601211270002
25. Reade, C. (2001). Antecedents of organizational identification in multinational corporations: Fostering psychological attachment to the local subsidiary and the global organization. International Journal of Human Resource Management, 12(8), 1269-1291. https://doi.org/10.1080/09585190110083794
26. Rotondi, T. (1975). Organizational Identification—Issues and Implications. Organizational Behavior and Human Performance, 13(1), 95-109. https://doi.org/10.1016/0030-5073(75)90007-0
27. Schuh, S., Zhang, X., Egold, N., Graf, M., Pandey, D., & van Dick, R. (2012). Leader and follower organizational identification: The mediating role of leader behaviour and implications for follower OCB. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 85(2), 421-432. https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.2011.02044.x

28. Wiesenfeld, B., Raghuram, S., & Garud, R. (1999). Communication patterns as determinants of organizational identification in a virtual organization. Organization Science, 10(6), 777-790. https://doi.org/10.1287/orsc.10.6.777
29. Wiesenfeld, B., Raghuram, S., & Garud, R. (2001). Organizational identification among virtual workers: The role of need for affiliation and perceived work-based social support. Journal of Management, 27(2), 213-229. https://doi.org/10.1177/014920630102700205



43.

Covid-19'un Olumsuz Sektörel Etkileri Üzerine Yayınlanan Makalelerin Strateji Önerilerinin Değerlendirilmesi

Evaluation of the Recommendations of the Articles Published on the Negative Sectoral Effects of Covid-19

Merve Bayraktar*

Dr. Yusuf Öcel**

Özet

Kısa sürede tüm dünyayı etkisi altına alan yeni tip Koronavirüs olan Covid-19, yalnızca insan sağlığını değil küresel ekonomiyi de etkisi altına almıştır. Salgına karşı alınan tedbirler, tüm dünyada insanların sosyal hayatını derinden etkilerken, aynı zamanda arz ve talep yönlü daralmalara sebebiyet vererek ekonomi alanında da etkisini göstermiştir. İşletmelerin faaliyet alanları farklılıkları sebebiyle oluşan yeni konjonktürden etkilenme seviyeleri de farklılık göstermektedir. Bu çalışmanın temel amacı Covid-19 salgın hastalığının sebep olduğu krizin sektörler üzerindeki etkileri ve bu sektörler için araştırmacıların getirdiği strateji önerileri değerlendirilmesidir. Bu doğrultuda çalışmada Dergipark veri tabanından Covid-19 salgınının çeşitli sektörler üzerindeki etkileri ile ilgili gerçekleştirilmiş olan 79 adet çalışma incelenmiştir.

***Düzce Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.**

****Associate Professor, Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü.**

Toplanan veriler bibliyometrik analiz yöntemi ile sınıflandırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda sektörlerin covid-19 sürecinde yaşadıkları krizleri atlatabilmeleri için finansal, yönetim, pazarlama, üretim stratejileri ve devlet destekleri doğrultusunda önerilerde bulunulmuştur. En fazla öneri ise yönetim stratejileri ve devlet destekleri konusunda olmuştur.

Anahtar kelimeler: Covid-19, olumsuz sektörel etki, ekonomik kriz, strateji önerileri.

Abstract

Covid-19, a new type of coronavirus that has affected the whole world in a short time, has not only affected human health but also the global economy. While the measures taken against the epidemic deeply affected human life all over the world, it also showed its effect in the field of the economy by causing supply and demand-side contractions. The level of being affected by the new conjuncture, which occurs due to the differences in the fields of activity of the enterprises, also varies. The main purpose of the study is to evaluate the effects of the COVID-19 epidemic crisis on selected sectors and discuss the strategy proposals brought by the researchers regarding these sectors. In this direction, 79 studies on the effects of the Covid-19 outbreak on various sectors from the Dergipark database were examined in this study. The collected data were classified by the bibliometric analysis method. As a result of the analysis, suggestions were made in the direction of financial, management, marketing, production strategies, and government supports in order for the sectors to overcome the crises they experienced during the Covid-19 process. The most suggestions were on management strategies and state supports.

Key words: Covid-19, negative sectoral impact, economic crisis, strategy recommendations.

Giriş

İlk olarak Çin'in Hubei Eyaleti, Wuhan'da tespit edilen Covid-19 salgını 21. yüzyılda dünyanın karşı karşıya kaldığı en büyük tehditlerden biridir. 31 Aralık 2019'da Dünya Sağlık Örgütü'ne bildirilen hastalık ile ilgili, 30 Ocak 2020'de Dünya Sağlık Örgütü, Covid-19 salgınını küresel bir acil sağlık durumu ilan etmiştir. İlgili durumları müteakiben Dünya Sağlık Örgütü, 11 Mart 2020'de Covid-19'u küresel pandemi ilan etmiştir. Mart 2021 sonu itibariyle, dünya çapında 257 milyon koronavirüs vakası, 5 milyona yakın ölüm bulunmaktadır.

Salgının yayılım hızını engelleyebilmek adına ülkeler tarafından karantina uygulamaları, sosyal mesafe, seyahat kısıtlamaları ve sınır kapatma gibi çeşitli tedbirler alınmıştır. Bu durum da yaklaşan durgunluk ve ekonomik kriz korkularını arttırmıştır (Bai, 2020 s. 917).

Covid-19'un ekonomiye en büyük etkisi, küresel ölçekteki hızlı talep düşüşünün sonucunda dünya ticaretinin durma noktasına gelmesi olmuştur (Özatay ve Sak, 2020 s. 7). Hükümetler tarafından uygulamaya konulan salgının yayılmasını önlemeye yönelik tedbirler, tüketimin azalmasına ve üretimin kesintiye uğramasına neden olmuştur. Genel olarak küresel tedarik zincirlerinin işleyişi kesintiye uğramış ve dünya çapındaki işletmeleri etkilemiştir (Fernandes, 2020 s. 2).

Andersen vd. (2020), Danimarka'da Covid-19'un tüketiciler üzerindeki etkilerini

inceledikleri çalışmalarında, toplam kart harcamalarının %25 daraldığını, kısıtlanan mal ve hizmetlerin daralmanın temelinde yer aldığını tespit etmişlerdir.

En hızlı etkilenen sektörlerden biri ulaşım sektörü ve özellikle yolcu mobilitesidir. Cep telefonu konum verilerinden elde edilen zaman serileri, kentsel ulaşım talebinin düştüğünü gösterirken yakın tarihli bir havacılık raporu, ticari uçuş operasyonlarının 2019' un aynı dönemine göre üçte ikiden fazla daha az uçuşla dünya çapında çarpıcı bir şekilde düştüğünü ortaya koymaktadır. Bir mobilite hizmet sunucusu tarafından hazırlanan rapora göre, toplu taşıma kullanımında (Covid öncesi döneme kıyasla) İtalya ve Fransa'da yaklaşık %90, İspanya'da %85, Birleşik Krallık'ta %75 ve Almanya'da %70 oranında bir düşüş gözlenmiştir. Genel olarak yolcu taşımacılığı talebinde de dünya genelinde ağır bir daralma tespit edilmiştir (Falchetta ve Noussan, 2020).

Tayar vd. (2020) tarafından yapılan çalışmada, üretim ve hizmet faaliyetlerinin kısıtlanması sonucu enerji kullanımının daralması sebebiyle elektrik sektöründe; iş yerlerinde alınan çalışan sayısını azaltacak tedbirler sebebiyle üretimin olumsuz etkilenmesi doğrultusunda sınai sektöründe ve son olarak finansal piyasalardaki düşüş trendinden olumsuz etkilenmesi sebebiyle teknoloji sektöründe salgın sebepli daralma tespit edilmiştir. Ayrıca gıda-içecek, tekstil, turizm ve hizmetler sektörleri de salgından olumsuz etkilenen sektörler arasındaki yerini almıştır.

Öte yandan, iş yapış şekli, yaşam tarzı ve alışkanlıkları ciddi oranda değiştiren salgının bazı ürün kategorilerinde ise pozitif etkileşim oluşturmuştur. Bu ürün grupları, sağlık destek ürünleri, ulusal market zincirleri, hobi ürünleri, internet TV platformları, çocuk/bebek ürünleri, evcil hayvan ürünleri, kişisel bakım ürünleri, ev gereçleri/yapı malzemeleri gibi kategorilere aittir (Deloitte, 2020 s. 4-5).

Bu çalışmada, Covid-19 salgın hastalığının sebep olduğu krizin çeşitli sektörler üzerindeki etkileri ve bu sektörler için araştırmacıların getirdiği strateji önerileri değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda çalışma kapsamında Covid-19 salgınının sektörlerde meydana getirdiği değişimleri inceleyebilmek amacıyla bibliyometrik analiz yöntemi ile işletme yazınında öne çıkan ana temalar incelenmiş ve hacmi giderek artan Covid-19 çalışmaları değerlendirilmiştir. Ayrıca bu çalışmada işletme alanında sınırlı sayıda araştırmada ele alınan Covid-19 çalışmalarının bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenmesi gelecek araştırma yönelimlerine ilişkin ve işletmelere yönelik strateji önerileri sunularak ilgili literatürün gelişimine katkı sağlanması amaçlamaktadır.

Litertür

Kriz Kavramı ve Ortaya Çıkış Nedenleri

Kriz dönemleri ile ilgili literatür incelendiğinde araştırmacıların içinde bulundukları veya araştırdıkları kriz dönemleri özelinde tanımlar yaptıkları, dolayısıyla krizin tanımına ilişkin üzerinde fikir birliği sağlanan bir tanıma rastlanmamıştır. Torlak ve Altunışık (2018 s. 314) tarafından "işletmelerin varlığını tehdit edebilecek büyüklükte ve rutin faaliyetlerden sapma" olarak genel bir kriz tanımı oluşturulmuştur. Krizler beklenmeyen, öngörülemeyen ve hızlı

aksiyon alınması gereken gerilim durumlarıdır (Genç, 2005 s. 334) ve önemli kararların alınmasını gerektirmektedir (Ponis ve Ntalla, 2016 s. 669).

Krizler çok farklı sebeplerle tetiklenebileceği gibi, etkileri ve sonuçları itibariyle de işletme ve sektör bazında ve kriz oluşum mekanizması açısı ile krizin kapsamı açısından farklılık göstermektedir. Tetikleme mekanizması açısından, krizi başlatan etmenin işletme dışında olması durumunda ortaya çıkan dışsal kaynaklı krizler ve işletmenin kendi örgüt yapısı kaynaklı ortaya çıkan içsel kaynaklı krizler olmak üzere iki grup altında ele alınmaktadır. Geleneksel olarak ise krizler, doğal krizler ve insan kaynaklı krizler olmak üzere iki grupta incelenmektedir (Torlak ve Altunışık, 2018 s. 315-318).

Bunların yanı sıra, salgın hastalıklar da kriz sebebi olarak değerlendirilmektedirler. İnsanlık tarihi, Covid-19 gibi dünyayı etkisi altına alan ve milyonlarca bireyin yaşamını yitirmesine neden olan salgın hastalıklarla doludur. Bunlar, Kara Veba (14.yüzyıl) ve İspanyol Gribi (1918-20) gibi nispeten eski salgınların yanında, yakın tarihlerde sırasıyla SARS, kuş gribi, domuz gribi, MERS ve ebola salgınları şeklinde sıralanabilmektedir. Tüm bu salgınlar, insanların hayatlarında önemli etkilere sebep olmuşlardır (Alaeddinoğlu ve Rol, 2020 s. 234).

Yöntem ve Kısıtlar

Bu çalışmanın temel amacı; Türkiye’de Covid-19’un sektörel etkileri üzerine yapılan çalışmalarını konu, araştırma yöntemi, sunulan strateji önerileri dikkate alınarak tasnif etmektir. Bu doğrultuda DergiPark veri tabanında 2021 yılı Şubat ve Nisan ayları arasında taranan pazarlama alanında yapılmış çalışmalar bibliyometrik açıdan incelenmiştir. Metinleri ve bilgileri incelemek veya ölçümlemek için kullanılan bir dizi yöntem (Apak vd. 2016 s. 114) olarak tanımlanan bibliyometri, yayınların belirli özelliklerinin analiz edilmesi yoluyla bilimsel iletişime ilişkin çeşitli bulguların elde edildiği bir alandır (Al, 2012 s. 2). Bibliyometrik analiz, bir disiplin içindeki yönelimleri tespit etmek, bir bilimsel araştırma konusundaki nitel ve nicel değişiklikleri belirlemek ve konuyla ilgili yayınlara ilişkin genel bir bakış açısı oluşturmak için istatistiksel yöntemleri içermektedir (Rey-Martí vd., 2016 s. 1652). Bu analiz, sistematik, şeffaf ve tekrarlanabilir bir inceleme süreci başlatma ve dolayısıyla incelemelerin kalitesini iyileştirme potansiyeline sahiptir. Bibliyometrik yöntemler, araştırmacıyı en etkili çalışmalara yönlendirerek ve araştırma alanını öznel yargılar olmadan haritalandırarak okumaya başlamanın yanı sıra literatür taramalarında yararlı bir araçtır (Zupic ve Cater, 2014 s. 430).

Bu araştırma da DergiPark veri tabanında kayıtlı dergilerde yayınlanan makaleler incelenerek bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. DergiPark veri tabanına kayıtlı makalelerin başlığında “Covid-19” kelimesi anahtar kelime olarak seçilmiş olup, 79 makale bu şekilde incelemeye alınmıştır. İncelenen makaleler arasından sektörel bazda yapılan çalışmalar seçilmiştir. Bunun yanı sıra Covid-19’dan olumlu ve olumsuz etkilenen sektörler, olumsuz etkilenen sektörlere sunulan strateji önerileri de veri olarak alınmıştır.

Elde edilen veriler, Excel 2010 programı kullanılarak içerik analizine tabi tutulmuştur. Covid-19 yazını ile ilgili 2020-2021 yılları arasında yazılmış 79 adet makale incelemeye tabi tutulmuştur. İncelenen makaleler öncelikle sektör dağılımlarına göre ayrılmış, daha sonra

araştırmacıların sektör uygulayıcılarına getirdikleri öneriler ilişkisel olarak kodlanmış ve takiben strateji alanları kapsamında temalara ve kavramlara ayrılmıştır. Elde edilen veriler frekans analizine tabi tutulmuş ve açıklayıcı istatistikler elde edilmiştir. Yapılan analizler ile aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmaya çalışılmıştır;

Soru-1: Türkiye'de Covid-19'un sektörel etkileri ile ilgili kaç adet makale yazılmıştır?

Soru-2: Covid-19'dan olumsuz etkilenen sektörlere hangi stratejiler önerilebilir?

Soru-3: İşletmenin hangi fonksiyonuna yönelik stratejiler geliştirilmiştir?

Bu araştırmanın en büyük kısıtı yalnızca DergiPark veri tabanında taranan makalelerin incelenmesidir. Bir diğer önemli kısıt ise başlığında sadece "Covid-19" kelimesinin olduğu çalışmaların analiz edilmesidir.

Bulgular

İncelenen çalışmalar; Finans, Bilgi Teknolojileri, Ekonomi, E- Ticaret, Turizm, Havayolu, Lojistik ve Diğer olmak üzere sektörel gruplara ayrılmıştır. Araştırmacıların sektör uygulayıcılarına yönelik getirdiği strateji önerileri ise Finansal Tablo Analizleri, Varlık Yönetim Stratejileri, Kaynak Sağlama Stratejileri, Yatırım Stratejileri, Maliyet Düşürme Stratejileri, Mali Durum Analizleri, Fiyatlandırma Analizleri, Denetim Stratejileri, İnsan Kaynakları Stratejileri, Covid-19 Kapsamında Güvenlik Stratejileri, Risk Yönetim Stratejileri, Paydaşlarla İlişki Yönetimi, Tutundurma Stratejileri, Dağıtım Stratejileri ve Farklılaştırma Stratejileri olmak üzere toplam 15 adet strateji önerisi kategorileştirilmiş, daha sonra bu kavramlar Finans Stratejileri, Yönetim Stratejileri, Pazarlama Stratejileri, Üretim Stratejileri ve Devlet Destekleri olmak üzere 5 genel tema altında toplanmıştır.

Kodlar, Temalar ve Kavramlar

İlgili platformda Covid-19'un sektörel etkileri üzerine yapılan çalışmaların analizi sonucu ortaya çıkan kodlar ve temalar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1. Temalar ve Kavramlar

TEMALAR	TEMA SAYISI	KAVRAMLAR	KOD SAYISI
FİNANS STRATEJİLERİ	19	Finansal Tablo Analizleri	3
		Varlık Yönetim Stratejileri	3
		Kaynak Sağlama Stratejileri	2
		Yatırım Stratejileri	3
		Maliyet Düşürme Stratejileri	3
		Mali Durum Analizleri	3
		Fiyatlandırma Analizleri	2

YÖNETİM STRATEJİLERİ	25	Denetim Stratejileri	2
		İnsan Kaynakları Stratejileri	10
		Covid-19 Kapsamında Güvenlik Stratejileri	15
		Risk Yönetim Stratejileri	5
		Paydaşlarla İlişki Yönetimi	4
PAZARLAMA STRATEJİLERİ	17	Tutundurma Stratejileri	9
		Dağıtım Stratejileri	3
		Farklılaştırma Stratejileri	11
ÜRETİM STRATEJİLERİ	17	İnovatif Yönlü Gelişim	17
DEVLET DESTEKLERİ	25	Devlet Destekleri	25

Yapılan çalışmada 79 makalenin Covid-19’un sektörel etkileri ile ilgili olduğu anlaşılmıştır. Bu sonuçla araştırma da yer alan soru-1 cevaplanmıştır.

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, araştırma da yer alan soru-2’ye ve soru-3’e cevap verildiği görülmektedir. “Soru-2: Covid-19’dan olumsuz etkilenen sektörlere hangi stratejiler önerilebilir?” Tablo 1’de Covid-19’dan olumsuz etkilenen sektörlere “Finansal Tablo Analizleri, Varlık Yönetim Stratejileri, Kaynak Sağlama Stratejileri, Yatırım Stratejileri, Maliyet Düşürme Stratejileri, Mali Durum Analizleri, Fiyatlandırma Analizleri, Denetim Stratejileri, İnsan Kaynakları Stratejileri, Covid-19 Kapsamında Güvenlik Stratejileri, Risk Yönetim Stratejileri, Paydaşlarla İlişki Yönetimi, Tutundurma Stratejileri, Dağıtım Stratejileri, ve Farklılaştırma Stratejileri, İnovatif Yönlü Gelişim ve Devlet Destekleri” olmak üzere toplam 17 adet strateji önerisi getirildiği görülmektedir. Bu strateji önerilerine ilişkin detaylardan aşağıda sırasıyla bahsedilmiştir.

Finansal tablo analizleri altında genel olarak bankalardan beklentilere yer verilmiştir. Bunlar; müşterilerinin dijital bankacılık kanallarına yönelimini sağlayacak tanıtım çalışmalarının arttırılması, pandeminin olumsuz etkilerine karşı hane halkı ve reel kesime kredi verilmesi, kredi takip vadelerinin uzatılması, yabancı paranın piyasalar üzerindeki etkisini azaltmak amacıyla devlet borçlanma senetlerine yönelmesi gerekliliği ve swap işlemleri yapılması şeklinde özetlenebilecektir. Öte yandan işletmelere yönelik getirilen öneriler, finansal riskten korunma muhasebesi dâhil olmak üzere sürekliliğe etki edecek muhasebe sahalarının değerlendirmesi ve devlet desteklerinden mümkün olduğunca yararlanılması gerekliliğidir. Fakat bunların yanında şirketlerin mali yapısının her türlü senaryoya hazırlıklı olması gerekliliği de önemli bir noktadır.

Finansal yapıdaki hareketliliği arttırma amaçlı kredi hacmi arttırma politikaları, KOBİ’lerin düşük faizli banka kredileri ile desteklenmesine yönelik devlet teşvikleri sağlanması, işletmelere yönelik kredi ödeme kolaylıklarının sağlanması, düşük faizli kredi sunulması ise varlık yönetim stratejileri altında sunulan önerilerdir.

İşletmelerin kredi ve desteklerden en yüksek ölçüde fayda sağladığı uygulamaların hayata geçirilmesi, bu aşamada kamu kurum ve kuruluşları tarafından verilen desteklerin firmalar

tarafından takip edilmesi, mevduat bankalarının; pandeminin olumsuz etkilerine karşı hane halkı ve reel kesime kredi vermesi, kredi takip vadelerinin uzatılması, yabancı paranın piyasalar üzerindeki etkisini azaltmak amacıyla devlet borçlanma senetlerine yönelmesi ve swap işlemleri yapması kaynak sağlama stratejileri adına sunulan önerilerdir.

Yatırımcılara ise yatırım stratejileri altında riskten kaçınmak için borsa yerine altın piyasasına yönelmesi, türev piyasalara ve Covid-19'un nispeten nadir görüldüğü ülkelerin hisse senedi piyasalarına yönelmesi, Bitcoin gibi kripto para birimleri yatırım yapılacak bir başka finansal araç olarak görülmesi önerileri getirilmektedir.

Kriz döneminde faaliyetlerine ara vermek durumunda kalan işletmelere yönelik satın alma maliyetlerinin düşürülmeye gayret gösterilmesi, maliyetlerin müşteri ile paylaşılması, sabit giderlerin ertelenmesi gibi çeşitli stratejiler maliyet düşürme stratejileri altında getirilen önerilerdir.

Covid-19'un etkilerini yetkin birimler tarafından oluşturulacak mikro düzeyde detaylı analizler, orta vadede parasal ve mali tedbirleri içeren kurtarma paketleri oluşturulması ve uluslararası koordinasyon gerektiren sürecin bir hükümet yönetim planına olan ihtiyacı da mali durum analizlerine ait strateji önerileridir.

Salgın etkisiyle oluşan irrasyonel fiyatlandırmaların daha detaylı şekilde araştırmacılar tarafından analiz edilip piyasa mekanizmasının araştırılması ve çeşitli sektörlerde uygulanabilecek esnek fiyatlandırma uygulamaları da fiyatlandırma strateji önerilerindendir.

Denetim stratejileri altında ise genel olarak pandeminin ortaya çıkardığı yeni çalışma koşullarının iç kontrol yapısı üzerindeki etkilerinin incelenmesi gerekliliği üzerinde durulmuştur.

İnsan kaynakları stratejilerine göre ise; pandemi koşullarının ortaya çıkardığı yeni çalışma koşullarının gerektirdiği üzere personele çoklu beceri kazandırma eğitimleri verilmelidir. Bu vesileyle çalışan personele çağın gerektirdiği beceri ve yetenekler kazandırılmalıdır. Üst düzey şirket yöneticileri; stres ve kriz yönetimi konularında uzmanlık kazanmalıdır. Toplu işten çıkarmaları ve iflasların önünü kesecek önlemler alınmalı ve iş hayatının çalışan motivasyonunu düşüren kuralcılıktan çıkarılarak esnek çalışma koşullarının getirilmesi ile pandemi döneminde dahi üretim akışı sağlanmalıdır.

Covid-19 kapsamında güvenlik stratejileri altında ise genel olarak işletmelere özellikle hijyen, temizlik ve alınan Covid-19 önlemlerine (sosyal mesafe, personelin maske kullanımı, girişte ateş ölçümü, içeride hizmet alacak kişi sınırlaması, dezenfeksiyon işlemi ve sertifikasyon) çok önem verilmesi, şehirler ve ülkeler arası sınır güvenliklerinin arttırılması ve Dünya Sağlık Örgütü tavsiye ve direktiflerine uyulması önerilmiştir.

Gelişmekte olan piyasaların finansal riski çeşitlendirmesi ve hükümetlerin gerekli önlemleri zamanında almaları, işletmelerin tarihsel süreci inceleyerek dünya üzerinde geçmişte meydana gelmiş problemlerin tekrar yaşanabileceğine ile alakalı kendilerine kriz senaryoları oluşturmaları ve bunun için bütçe oluşturmaları, kapasite kaybı riskini dağıtmak için dengeli bir müşteri portföyü oluşturmaları önerileri ise risk yönetim stratejileri altında öne sürülmüştür.

Paydaşlarla ilişki yönetimi konusundaki strateji önerileri ise incelenen çalışmalarda

sektörel paydaşlık bazında ele alınmış olup, ortak sektör temsilcilerinin işbirlikçi yaklaşım ile bir araya gelerek pandeminin ait oldukları sektör üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirecek çözüm önerileri üretmeleri ve büyüyen sektörlerin bu süreçte elde ettikleri bilgi birikimini diğer sektörlerle paylaşarak bu gelişimden olumlu yönde etkilenmelerini sağlamaları önerileri getirilmiştir.

Tutundurma stratejileri bünyesinde ise pandemi koşullarına yönelik hizmet alternatiflerini arttıran ve müşterilerine çeşitli ödeme kolaylıkları sunan işletmelerin bu alanlardaki tanıtım ve bilgilendirme çalışmalarını arttırmaları önerilmektedir.

Tedarik zincirinde ve satış kanallarında organize firma yapılarının oluşturulması, tedarik zincirinde oluşabilecek kesintileri önleyebilmek adına daha kısa ve esnek tedarik zincirlerinin oluşturulması, özellikle insanların yaşam kalitesini doğrudan etkileyen sağlık, gıda ve enerji tedarik zincirlerinin iyileştirilmesi önerileri dağıtım stratejileri altında getirilen önerilerdir.

Farklı tüketici gruplarına hitap eden ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, özellikle turizm alanında pandemi koşullarına da adapte edilerek turizm çeşitlendirmesi, agro, eko, çiftlik turizmi ile organik tarım turizmle entegre edilerek hizmetin pazarlanması ve sunulması önerileri farklılaştırma stratejileri altında getirilen önerilerdendir.

Pazarlamanın doğasındaki dinamizmin inovatif gelişimlere gerek duyduğu ve yüksek derecede uyum sağlayacağı için dışa bağımlı, düşük teknolojili, düşük katma değerli üretim yapısının mutlaka inovatif dönüşümle sağlıklı bir duruma getirilmesi gerektiği, yeni ve dönemin ihtiyaç duyduğu ürün gruplarının geliştirilmesi gerektiği inovatif yönlü gelişim stratejilerindendir.

Son olarak hükümet tarafından sektörler bazında oluşturulacak yardım paketlerine ve vergi borçlarına yönelik ödeme kolaylıkları sunulmasına ihtiyaç duyulduğu; işletmelerin de bu süreçte ayakta kalabilmek, kâr elde edebilmek ve değişimlere uyum sağlayabilmek adına devlet teşvikleri ve destek kredilerine yönelik fırsatları takip ederek mümkün olduğunca yararlanmaları gerekliliği de devlet destekleri stratejileri altına alınan öneriler arasındadır.

"Soru-3: İşletmenin hangi fonksiyonuna yönelik stratejiler geliştirilmiştir?" Tabloda işletmenin finans, yönetim, pazarlama ve üretim fonksiyonlarına yönelik strateji önerileri getirildiği ve harici olarak devlet desteklerine olan ihtiyacın da altının çizildiği görülmektedir.

Sonuç

2019 yılı sonlarında ortaya çıkan Covid-19 virüsü kısa sürede küresel bir salgın haline gelmiştir. Yayılma hızı ve bu hız sonucu geniş kesimleri etkisi altına alması sebebiyle virüs sağlık problemleri dışında birtakım ekonomik sorunlara da yol açmıştır. Salgının yayılma hızını önleyebilmek adına alınan tedbirler ekonominin etkilenmesine sebebiyet vermiştir. Ancak mevcut koşullardan her sektör aynı yön ve derecede etkilenmemiştir. Bu nedenle salgının ekonomik etkilerinin ve araştırmacıların sektör bazında yapmış oldukları strateji önerilerinin incelenmesi oldukça önemlidir.

İlk olarak incelenen araştırmaların sektörel dağılımlarının finans, bilgi teknolojileri, ekonomi, e-ticaret, turizm, havayolu, lojistik ve diğer olmak üzere gerçekleştiği gözlenmiştir. Çalışma

sonuçlarına göre işletmelerin Covid-19'un olumsuz koşullarından en az düzeyde etkilenmek için yönetim fonksiyonları altında stratejiler geliştirebilecekleri ve aynı düzeyde çeşitli devlet desteklerine ihtiyaç duydukları görülmektedir. Araştırmacılar tarafından işletmenin yönetim fonksiyonu altında en yüksek düzeyde getirilen strateji önerisi ise "Covid-19 Kapsamında Güvenlik Stratejileri"dir. Salgınla mücadelenin her alanda mücadele edilmesinde "Covid-19 kapsamında güvenlik stratejileri" başlığı altında genelleştirilen temizlik, hijyen ve güvenlik tedbirlerinden geçtiği sonucu ortaya çıkmıştır. Salgının yönetimi ve sonlanabilmesi için bu tedbirlerin uygulanması öncelikli koşuldur.

İşletmelerin çeşitli devlet desteklerine olan ihtiyaçlarını takiben, pandemi koşullarında yaşayacakları çıkmazlara yönelik çeşitli finans stratejileri önerilerinin getirildiği ve çeşitli pazarlama ve üretim strateji önerilerinin sunulduğu görülmektedir. İşletmenin pazarlama fonksiyonuna ait en yüksek düzeyde farklılaştırma stratejileri önerilerinin getirildiği, üretim fonksiyonu altında ise inovatif yönlü gelişim strateji önerilerinin yer aldığı görülmektedir. Bahsi geçen bu iki kalem aslında pandemi koşullarının yeni ya da farklılaştırılmış olan ürün/hizmetleri gerektirdiğini gözler önüne sermektedir. Salgın sebebiyle tamamen farklılaşan insan yaşamıyla birlikte daha önce talep seviyesi günümüzle kıyaslanamayacak şekilde düşük olan maske, dezenfektan gibi bilumum temizlik ve hijyen ürünleri başta olmak üzere birçok ürün önemli hale gelmiş, bu ürünlerin birçoğu da günlük insan yaşamı ve sağlığına uyarlanarak farklılaştırılmıştır. Bunların haricinde de daha önce var olmayan ve teması azaltacak birçok ürün/hizmet seçenekleri oluşturulmuştur.

Yeni pandemi koşullarının tüm sektörler tarafından benimsenmesi gerekmektedir. Bu noktadan sonra tüm işletmelerin önceliği onlara uzun vadede varoluş garantisini de sağlayacak olan "toplum sağlığı" olmalıdır. Toplum sağlığı ve güvenliği, işletmelerin pazarlama çalışmalarının odak noktası olmalıdır.

İşletmelerin krizi fırsata çevirecek şekilde dijitalleşen dünyada esnek çalışma koşulları oluşturarak üretim artışı sağlamaları gerekmektedir. Öte yandan dijital gelişmelere paralel olacak şekilde inovatif yaklaşımlarla yeni pazarlama stratejileri geliştirmek işletmelerin bu süreci ayakta atlatmaktan öteye geçmelerini sağlayacaktır.

Pandemi koşullarına ve dijital döneme uyum sağlayacak şekilde sektörel bazda hizmet çeşitliliği sağlanması işletmelere yeni hareket alanı oluşturacaktır. Örneğin çevrimiçi satış kanallarına ağırlık verilebilir, yeni pratik ödeme sistemleri geliştirilebilir, uzaktan çalışma koşulları ile çalışanlarda motivasyon ve buna bağlı üretim artışı yaratılabilir, turizm sektöründe yenilikçi deneyim fırsatları sunacak doğa içinde, daha izole yeni destinasyonlar oluşturulabilir. En nihayetinde hizmet çeşitliliği oluşturabilmenin mali yüküne katlanan işletmeler, ortaya çıkarmış oldukları yeni pazarlama teknikleri ile pazardaki yerlerini koruyabilir.

Kaynakça

1. Alaeddinoğlu, F. & Rol, S. (2020). Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Salgın Hastalıklar Özel Sayısı, 233-258.
2. Apak, S., Erol, M. ve Öztürk, S. (2016). Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisinde Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi. Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi,111-124.

3. Al, U. (2012). Avrupa Birliği ülkeleri ve Türkiye'nin yayın ve atıf performansı. Bilig, 62, 1-20.
4. Andersen, A. L., Hansen, E. T., Johannesen, N., & Sheridan, A. (2020). Consumer Responses to the COVID-19 Crisis: Evidence from Bank Account Transaction Data. Working Paper.
5. Bai, H. (2020). A critical reflection on environmental education during the COVID-19 pandemic, Journal of Philosophy of Education, 54(4), 916-924.
6. Deloitte. (2020). Küresel Covid-19 Salgınının Türkiye'de Farklı Kategorilere Etkileri. Erişim Adresi https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/consulting/kuresel-covid-19-salgininin-turkiyede-farkli-kategorilere-etkileri.pdf
7. Falchetta, G. and Noussan, M. (2020). The impact of COVID-19 on transport demand, modal choices, and sectoral energy consumption in Europe. IAEE Energy Forum, 48-50.
8. Fernandes, N. (2020). Economic Effects of Coronavirus Outbreak (COVID-19) on the World Economy. IESE Business School Working Paper No. WP-1240-E, 1-32.
9. Genç, N. (2005). Yönetim ve organizasyon: Çağdaş sistemler ve yaklaşımlar. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
10. Özatay, F. ve Sak, G. (2020). COVID-19 Salgını Bir Değil, Birkaç Çeyrek Sürerse Ne Olur?Erişim:http://tek.org.tr/files/disc/covid19_salgini_bir_degil_bir_kac_ceyrek_surerse_ne_olur_678.pdf (Erişim Tarihi: 01.05.2020).
11. Ponis, S. T., & Ntalla, A. (2016). Crisis management practices and approaches: Insights from major supply chain crises. Procedia Economics and Finance, 39, 668-673.
12. Rey-Martí, A., Ribeiro-Soriano, D., & Palacios-Marqués, D. (2016). A bibliometric analysis of social entrepreneurship. Journal of Business Research, 69(5), 1651-1655.
13. Tayar, T., Gümüştekin, E., Dayan, K. ve Mandi, E. (2020). Covid-19 krizinin Türkiye'deki sektörler üzerinde etkileri: Borsa İstanbul sektör endeksleri araştırması. The Journal of Social Sciences Institute, 293-320.
14. Torlak, Ö. ve Altunışık, R. (2018). Pazarlama Stratejileri: Yönetsel Bir Yaklaşım (3. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A. Ş.
15. Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. Organizational Research Methods,18(3), 429-472.



44.

Perakende Sektöründe Zincir İşletmeler Ile İlgili Müşteri Şikâyetlerin Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği

Evaluation of Customer Complaints Regarding Chain Enterprises in the Retail Sector : The Case of Turkey

Dr. Murat Bayat*

Dr. Yusuf Öcel**

Özet

Günümüzde dijital dünya sadece alışverişin yapıldığı bir mecra değil aynı zamanda tüketicilerin haklarını aradığı bir mecra haline de gelmiştir. Temel insan haklarından birisi de tüketicilerin karşılaşmış oldukları hataların telafi edilmesidir. Bu doğrultuda işletmelerin şikâyetleri dikkate alması, değerlendirmesi ve geri dönüş yapması rekabet avantajı yakalaması açısından da önem arz etmektedir. Bu çalışmanın temel amacı perakende sektöründe faaliyet gösteren zincir işletmeler ile ilgili müşterilerin şikâyetlerinin değerlendirilmesidir. Bu amaç kapsamında www.sikayetvar.com sitesi ana kütle olarak seçilmiştir. 2020 yılı içerisinde gerçekleşen şikâyetlerin içerisinden kolay ulaşılabilir durum örneklemesi ile 500 şikâyet değerlendirmeye alınmıştır. Nitel analiz tekniği olarak içerik analizi yapılmıştır. Yapılan analiz

***Assistant Professor, Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü.**

****Associate Professor, Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü.**

sonucunda şikâyetler ile ilgili kodlar, kategoriler ve temalar oluşturulmuştur. Çalışmada ayrıca şikâyet konusu işletme, şikâyet edenin cinsiyeti gibi sınıflandırmalar da yapılmıştır. Temalar içerisinde en fazla şikâyet konusu ürün ile ilgili şikayetler ve davranışsal şikayetler olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: Perakende sektörü, zincir işletme, müşteri şikâyetleri

Abstract

Nowadays, the digital world has become not only a place for shopping, but also a place where consumers seek their rights. One of the basic human rights is to look for compensation for the mistakes and losses that consumers have encountered. In this respect, it is also important for businesses to take into account, evaluate and respond to complaints with the objective of gaining competitive advantage. The main purpose of this study is to evaluate the complaints of customers about chain enterprises operating in the retail sector. Accordingly, the website called as www.sikayetvar.com has been chosen as the population of the research. 500 complaints were evaluated by the convenience sampling among the complaints made in 2020. Content analysis were employed as a qualitative analysis technique. The codes, categories and themes related to the complaints were created based on the results of the analysis. In the study, the business that is the subject of the complaint, and the gender of the complainant had also been classified. It is concluded that he most common complaints among the themes are product-related complaints and behavioral complaints.

Keywords: Retail sector, chain enterprises, customer complaints

Giriş

İnternet ile birlikte küreselleşen Dünyada tüketiciler kontrolü daha fazla ele geçirmektedirler. Araştırma ve ürün karşılaştırması kolaylığı, bilinç düzeyinin artması gibi durumlar tüketicileri daha talepkâr hale getirebilmektedir. İşletmeler arası yoğun rekabet, müşterilerin marka ve mağaza değiştirme maliyetlerinin düşmesi nedenlerinden dolayı, müşterileri işletmeye bağlı hale getirebilmek için tüketicilerin sesine kulak verilmesini gerektirmektedir. Bu doğrultuda müşteriler tarafından çeşitli ortamlarda ya da platformlarda dile getirilen şikâyetler önem arz etmektedir.

Şikâyet, hizmet deneyiminden veya herhangi bir yönünden yaşanan memnuniyetsizliğin resmi olarak ifade edilmesidir (Lovelock ve Wright, 2002 s. 120). Şikâyet, ihtiyaç, istek ve beklentilerin karşılanmaması sonucu ortaya çıkan memnuniyetsizliğin sözle veya yazıyla belirtilmesidir (Taştan, 2008 s. 32). Müşteriler tarafından yapılan şikâyetlerin yapıldığı mecralar çeşitlilik arz etmektedir. Bu mecralardan birisi de internet ortamıdır. İnternet teknolojisi ile birlikte, diğer tüketicilerle kötü deneyimlerini paylaşan tüketici forumu şeklinde işlev gören şikâyet siteleri giderek artmaktadır (Argan, 2014 s. 49).

Geleneksel pazarlama ile karşılaştırıldığında internet teknolojisi hem hız hem de ulaşılan kişi bakımından etkileyici özelliklere sahiptir. Bu durumda işletmelerin de bu teknolojilere adapte olmaları kaçınılmaz olmaktadır. Çünkü günümüzde Dünya nüfusunun yarıdan fazlası (4,8 milyar) internet kullanmaktadır (Starri, 2021).

Bu çalışmanın amacı perakende sektöründe zincir işletmeler ile ilgili müşteri şikâyetlerin değerlendirilmesidir. Özellikle uygulayıcılar bu çalışma sonucunda mal ve hizmet kalitelerini geliştirme açısından önemli bulgular elde edebileceklerdir. Ayrıca bu çalışma müşterilerin perakende mağazalarda hangi durumlarda memnun olabilecekleri hususunda önemli sonuçlar içermektedir.

Literatür

Perakende işletmelerin müşteri istek ve ihtiyaçları ile ilgili sorunları tespit edip iyileştirme girişiminde bulunabilmesi için şikâyetleri bilmesi gerekmektedir (Jin, 2010 s. 89). Bu durumda müşterilerin şikâyetlerini herhangi bir şekilde dışa vurmaması istenilen bir durum değildir. Müşterilerin günümüz internet ortamında yapmış olduğu şikâyetler ise hem takip edilebilmesi hem de sorunun çözülebilmesi adına önemli bir avantajdır. Müşteriler çeşitli platformlarda farklı sektörlerde yaşadıkları sıkıntıları dile getirebilmektedirler.

Perakende sektörüne yönelik şikâyet araştırmaları 1970'li yıllara kadar dayanmaktadır. Hirschman'e (1970) göre memnun olamayan müşteri ya ürünün satın alınmasını durdurur ya şikâyette bulunur ya da sadık kalmaya devam eder (Akt. Kumar, 2015 s. 215). İnternetin inanılmaz hızı ve ulaşabildiği kitle düşünüldüğünde şikâyetlerin yayılımı daha da önem kazanmaktadır.

Yapılan bir araştırmada müşterilerin mağaza tercih etme sebeplerinin sırasıyla ürün çeşidi, fiyat uygunluğu, güvenilir ortam ve personel tutumu olduğu ortaya çıkmıştır. Aynı araştırma sonucunda alışveriş yapan müşterilerin %70'inin sorun yaşadığı ortaya çıkan sonuçlardandır (Altın, s. 95). Yapılan bir araştırmada erkeklerin kadınlara göre daha çok şikâyet davranışında bulunduğu ortaya çıkmıştır (Kumar, 2015 s. 219).

Yöntem, Ana Kütle ve Araştırma Soruları

Araştırmanın ana kütlesini şikâyet platformu olan https://www.sikayetvar.com adresinde perakende sektöründe zincir işletmeler ile ilgili müşteri şikâyetleri oluşturmaktadır. Bu doğrultuda ağırlıklı olarak indirimli gıda ürünleri satan üç büyük zincir işletme ile ilgili şikâyetler tercih edilmiştir. Mağazalar A, B ve C mağazaları olarak adlandırılmıştır. Bu platformda 2020 yılına ait üç mağaza hakkında yaklaşık 40 bin şikâyet kayda geçmiştir. Bu şikâyetlerin yaklaşık 20 bini A mağazası ile ilgili, 9 bin şikâyet B mağazası ile ilgili ve 11 bin şikâyet C mağazası ile ilgilidir. Bütün şikâyetlerin değerlendirilmesi hem zaman hem de çaba bakımından araştırmacıları zorlayacağından örneklem yoluna gidilmiştir. Kolay ulaşılabilir durum örneklemesi ile yaklaşık olarak 500 şikâyet değerlendirmeye alınmıştır. Bu şikâyetlerin 250'si A mağazasını, 125'i B mağazası ve 125'i C mağazası ile ilgilidir. Verilerin analizinde MS Office Excel 2013 ve SPSS programı kullanılmıştır. Verilerin analizinde içerik analizi, frekans analizi ve uyum analizi kullanılmıştır. Uyum analizi; bir veri matrisini, satır ve sütunları nokta olarak gösterildiği ve belirli bir grafik görüntüsüne dönüşen açıklayıcı çok değişkenli bir tekniktir (Greenacre ve Hastie, 1987:437). Araştırma sonucunda cevaplanmak istenen sorular ise şöyledir;

- ❖ Soru-1: 2020 yılında perakende sektöründe zincir işletmeler ile ilgili müşteri şikâyetlerin konularına göre dağılımı nasıldır?
- ❖ Soru-2: Şikâyetlerin mağazalara göre dağılımı nasıldır?
- ❖ Soru-3: Şikâyetlerin cinsiyete göre dağılımı nasıldır?
- ❖ Soru-4: Mağaza türleri ile şikâyet konuları arasında nasıl bir ilişki vardır.

Toplanan verilere nitel içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizinde temel amaç toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2016:242). Nitel içerik analizi geleneksel, yönlendirilmiş ve özetleyici olarak üçe ayrılmaktadır (Hsieh ve Shanon, 2005:1279-1283). Bu çalışma da kodlar ve kavramlar keşfedici bir yaklaşım ile oluşturulmuştur. Bu doğrultuda Geleneksel nitel içerik analizi ve Tümevarımcı yaklaşımın (Mayring, 2005:79) kullanıldığı söylenebilir. Ele alınan veriler kodlama, kavram ve tema oluşturma süreçleri ile aralarındaki ilişkiler ortaya çıkarılmıştır. İlk olarak Şikayetvar platformundan alınan veriler Excel 2013'e aktarılmıştır. Daha sonra toplanan 500 veri tek tek okunarak aynı konu/bölümü ilgilendiren şikâyetler kodlanmıştır. Sonraki adımda kodlanan verilerin kavramları oluşturulmuştur. Birbirine yakın olan kodlar bir kavram altında toplanmıştır. Son adımda ise birbiriyle ilişkili kavramlar aynı temalar (kategori) altında toplanmıştır. Ayrıca bu veriler incelenirken yapılan şikâyetlerin hangi cinsiyet tarafından yapıldığı, hangi mağazayı ilgilendirdiği, hangi içeriğe sahip olduğu kodlanmıştır. Kodlar ve temalar numaralandırılarak yapılan frekans analizi sonucunda bulgular yorumlanmıştır.

Bulgular

Bu bölümde Excel 2013 kullanılarak içerik analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda kodlama, kavram oluşturma ve tema belirleme işlemi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca cinsiyete ve şikâyet edilen mağaza ismine göre (A, B ve C mağazası) yapılan şikâyetler değerlendirilmiştir. Analizler sonucunda 6 adet tema (kategori) ortaya çıkmıştır. Bu temalar: ürün ile ilgili şikâyetler, davranışsal ile ilgili şikâyetler, işletme güvenilirliği ile ilgili şikâyetler, fiyat ve ödeme ile ilgili şikâyetler, online hizmet sunumu ile ilgili şikâyetler, fiziksel altyapı ve diğer şikâyetlerdir. Araştırmada tüm şikâyetler bulgu olarak kabul edildiği için tek frekanslı kodlarda tablolarda gösterilmiştir. Çalışma aynı araştırmacı tarafından iki defa tekrar kodlanmıştır. Farklı araştırmacı tarafından da tekrar kodlanmıştır.

Kodlar, Kavramlar ve Temalar;

Şikayetvar platformunda perakende sektöründe zincir işletmeler ile ilgili değerlendirmeye alınan müşteri şikâyetlerinden 500 şikâyetin analizi sonucunda ortaya çıkan kodlar, kavramlar ve temalar aşağıda gösterilmektedir (tablo-1). Kodlar ile kavramlar ilişkilendirilerek toplamda 6 tema oluşturulmuştur. Bu kavramlar markadan beklenti, iade şikâyetleri, etik kurallara uymama, psikolojik şiddet, verilen sözün tutulmaması, güvenlik tedbirleri, ürün fiyatları ile ilgili şikâyetler, ödeme ile ilgili şikâyetler, online ürün ve iade ile ilgili şikâyetler, erişilebilirlik ile ilgili şikâyetler ve diğer şikâyetlerdir. Tablo ile araştırma sorularından 1. Soru cevaplandırılmaya çalışılmıştır. Soru-1: 2020 yılında perakende sektöründe zincir işletmeler ile ilgili müşteri şikâyetlerin konularına göre dağılımı nasıldır?

Tablo 1. Temalar, kavramlar ve kodlar

Tema	Kavram	Kod	n	A	B	C
Ürün ile ilgili şikâyetler %38	Markadan beklenti %32	Bozuk ürün	166	53	63	50
		Arızalı ürün	16	7	3	6
		Eksik ürün	6	1	3	2
		Ürün içeriğinden farklı madde	4	2	1	1
		Ürün açıklamasıyla ürün içeriğindeki farklılıklar	2		2	
		Ürün kalitesinin değişmesi	1	1		
	İade şikâyetleri %6	Ürünü iade etmek isteme	17	9	4	4
		Garanti problemleri	14	4	2	8
		Son kullanma tarihleri geçmiş ürün	6	4	1	1
		Aktüel ürünlerde iade problemleri	1		1	
Davranışsal şikâyetler %24	Etik kurallara uymama %17	Personellerin mağaza kurallarına uymaması	88	57	18	13
		Çifte standart	13	8	4	1
		İlgisizlik	2	2		
		Kasa sırasının dikkate alınmaması	1	1		
		Personelin mağaza içindeki olaylara müdahale etmemesi	1		1	
	Psikolojik şiddet %7	Saygısızlık	36	25	6	5
		Kaba davranma	3	2	1	
		Personellerin satış için müşterilere baskı yapması	2	2		
		Yalan söyleme	1	1		
İşletme Güvenilirliği ile ilgili şikâyetler %17	Verilen sözün tutulmaması %13	Aktüel ürünlerin tedarik edilmemesi	67	37	15	15
		Aktüel ürünlerin bulunmaması	4		4	
		Hediye çeklerin kullanılamaması	4	4		
		Aktüel ürünlerin duyurulan tarihten önce satışa çıkması	2		2	
		Aktüel ürünlerin belirlenen tarihlerde gelmemesi	1	1		
		Aktüel ürünlerin teslim süreçlerindeki problemler	1	1		
		Ürünlerin tedarik edilmemesi	1	1		
	Güvenlik tedbirleri %4	Pandemi kurallarına uymama	20	12	3	5
		Mağaza fiziki şartlarının hijyenik olmaması	1		1	
		Engelli rampasının önünün kapanması	1	1		

Fiyat ve ödeme ilgili şikâyetler %13	Ürün fiyatları ile ilgili şikâyetler %8	Reyon fiyatlarıyla kasa fiyat farklılıkları	44	36	3	5
		Aşırı fiyat artışları	2	1	1	
		Mağazalar arası fiyat farkı	1		1	
	Ödeme ile ilgili şikâyetler %5	Eksik para üstü	14	8	3	3
		Kredi kartı ödemesinde problem	5	5		
		Sahte para verilmesi	1	1		
		Ücretin kredi kartından 2 defa çekilmesi	6			6
		Ürünlerin kasadan 2 kere geçirilmesi	4	1	3	
		Satın alınmayan ürünün fiyatının tahsil edilmesi	1		1	
Online hizmet sunumu ile ilgili şikâyetler %6	Online ürün ve iade şikâyetleri %6	Online siparişlerin teslim edilmemesi	19	14		5
		Online alışverişlerin iade süreçleri	9	6		3
		Online siparişlerin yanlış gönderilmesi	8	8		
		Online siparişlerin kırık teslim edilmesi	2	2		
Fiziksel alt yapı ve diğer şikâyetler %3	Erişilebilirlik ile ilgili şikâyetler %1	Telefonla ulaşamama	3	1	2	
		Poşetin olmaması	1			1
		Kontör yükleyememe	1	1		
		Yetersiz personel sayısı	1	1		
	Diğer şikâyetler %2	Mağaza personellerin çalışma saatlerine uymaması	6	4	1	1
		Düzensizlik	4	4		
		Poşetlerin dayanıksız olması	1	1		
		Ürünleri kullanıp geri yerlerine koymaları	1	1		
		Personellerin bilgisizliği	1	1		
Toplam			617	332	149	135

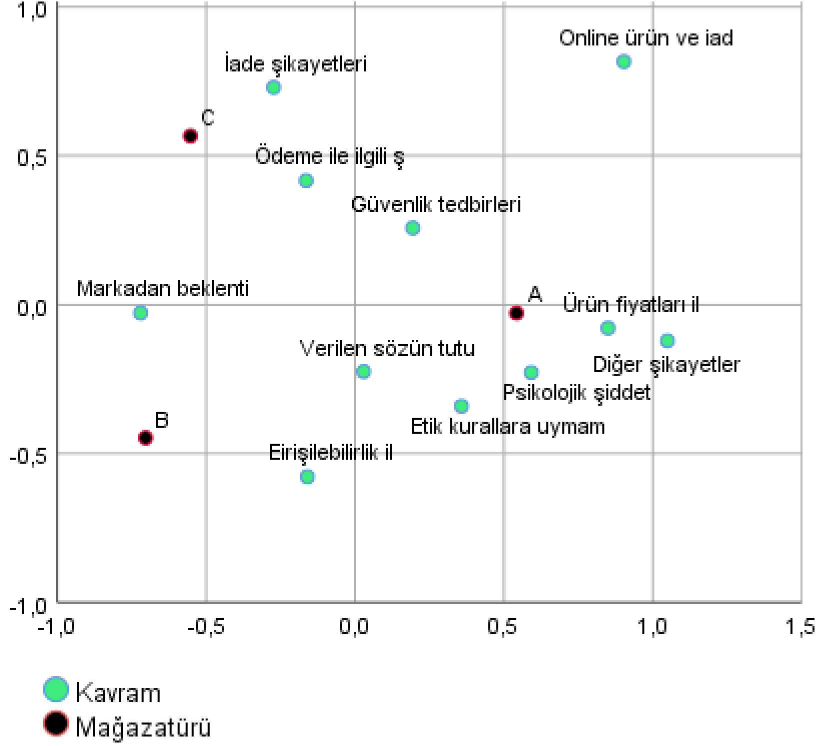
Tablo 1 incelendiğinde şikâyet konuları içerisinde en fazla ürün ile ilgili şikâyetlerin ortaya çıktığı görülmektedir (233 şikâyet, %38). Sonrasında ise davranışsal şikâyetler (147 şikâyet %24), işletme güvenilirliği ile ilgili şikâyetler (102 şikâyet %17), fiyat ve ödeme ilgili şikâyetler (78 şikâyet %13), online hizmet sunumu ile ilgili şikâyetler (38 şikâyet %6), fiziksel alt yapı ve diğer şikâyetler (19 şikâyet %3) gelmektedir.

Araştırma sorularından bir diğeri ise; Soru-2: Şikâyetlerin mağazalara göre dağılımı nasıldır? Tablo incelendiğinde en fazla şikâyet A mağazası için yapılmıştır (332 şikâyet %54). İkinci sırada ise en fazla şikâyet B mağazası için (150 şikâyet %24) ve üçüncü sırada en az şikâyet C mağazası için (135 şikâyet %22) yapılmıştır.

Araştırma sorularından bir diğeri ise; Soru-3: Şikâyetlerin cinsiyete göre dağılımı nasıldır? Araştırma sonuçlarında Erkek katılımcıların (271 kişi %54), kadın katılımcılara (229 kişi %46) göre daha fazla şikâyet etme davranışında bulunduğu ortaya çıkmıştır.

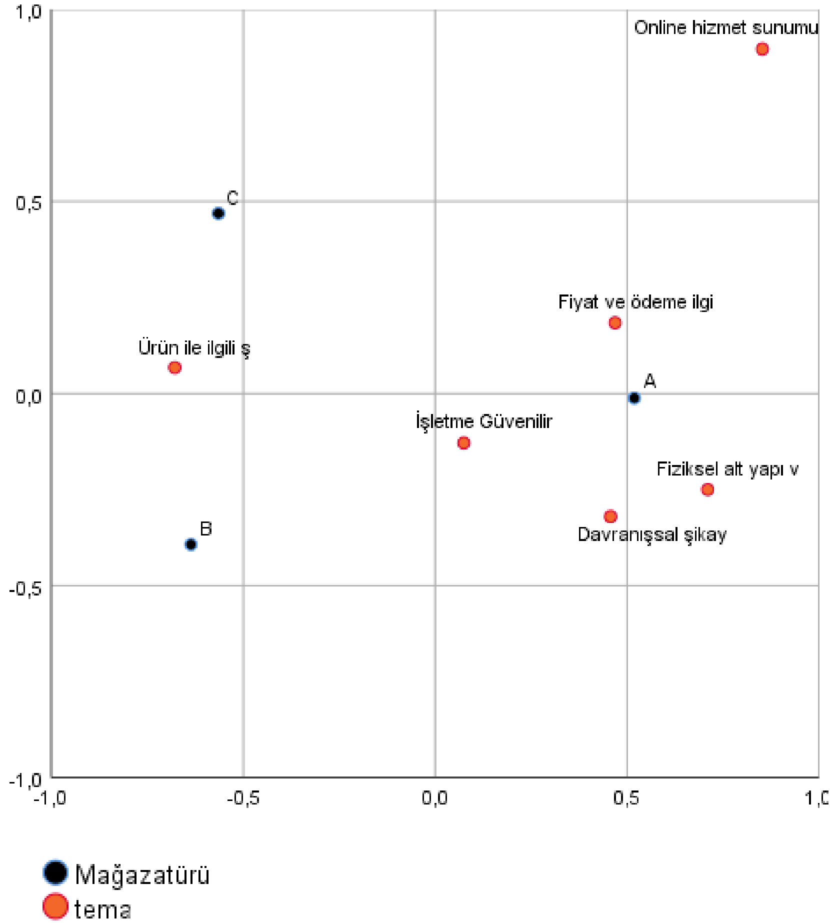
Araştırma sorularından bir diğeri ise; Soru-4: Mağaza türleri ile şikâyet konuları arasında nasıl bir ilişki vardır? Bu sorusun cevabı şekil 1'de görülmektedir. Şekil 1 incelendiğinde A mağazası ile ilgili en fazla ürün fiyatları, verilen sözün tutulmaması, psikolojik şiddet, güvenlik

tedbirleri ve etik kurallara uymama durumundan bahsedilebilir. B mağazası incelendiğinde markadan beklenti, erişilebilirlik ve verilen sözün tutulmaması durumundan bahsedilebilir. C mağazası ile ilgili ise iade şikâyetleri, ödeme ile ilgili şikâyetler ve online ürün/iade şikâyetleri durumundan bahsedilebilir.



Şekil 1. Mağaza türü ile kavramlar arasındaki ilişki

Mağaza türü ile temalar arasındaki ilişki sonuçları ise şekil 2'de görülmektedir. Şekil 2 incelendiğinde A mağazasının etrafında fiyat ve ödeme ile ilgili şikâyetler, fiziksel altyapı ile ilgili şikâyetler, davranışsal şikâyetler, işletme güvenilirliği ile ilgili şikâyetler ve online hizmet sunumu ile ilgili şikâyetlerin daha çok ifade edildiğini söylemek mümkündür.



Şekil 2. Mağaza türü ile temalar arasındaki ilişki

B ve C mağazasına bakıldığında ürün ile ilgili şikâyetlerin daha fazla yer aldığı daha sonra işletme güvenilirliğinin geldiği söylenebilir. B mağazası davranışsal şikâyetler ile ilişkiliyken C mağazası da online hizmet sunumu ile ilgili şikâyetlerle ilişkili olduğu söylenebilir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada amaç, yoğun rekabet halinde olan perakende zincir işletmeler hakkında yapılan şikâyetlerin değerlendirilmesidir. Bu araştırma sonucu ile işletmeler yapılan şikâyetleri değerlendirerek daha kaliteli hizmet sunumu konusunda rekabet avantajı kazanabilecektir. Çalışmanın sonucu genel olarak değerlendirildiğinde indirim mağazaları ile ilgili şikâyetlerin altı tema altında toplandığı söylenebilir. Bu temalar içerisinde en fazla şikâyet konusu ise ürün ile ilgili şikâyetler ve davranışsal şikâyetlerdir. Bu doğrultuda perakende mağazaların ürün

konusunda ve müşteri-çalışan etkileşiminde daha hassas davranılması gerektiği söylenebilir.

Yapılan inceleme sonucunda en fazla şikâyeti A mağazası en az şikâyeti ise C mağazası almıştır. Cinsiyete göre yapılan şikâyetlerde ise erkeklerin kadınlara göre daha fazla şikâyet ettikleri ortaya çıkmıştır. Mağazalar ile ilgili detaylı değerlendirmeler aşağıda verilmiştir.

A mağazası incelendiğinde en fazla şikâyet alan işletmenin olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu şikâyetlerin içeriği incelendiğinde en fazla fiyat ve ödeme ile ilgili şikâyetler, fiziksel altyapı ile ilgili şikâyetler, davranışsal şikâyetler, işletme güvenilirliği ile ilgili şikâyetler ve online hizmet sunumu ile ilgili şikâyetler in olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Fiyat ve ödeme ile ilgili şikâyetler bakıldığında reyon fiyatları ile kasa fiyatları arasında çok fazla fark olduğu, eksik para üstü, kredi kartı ödemelerinde yaşanan problemler daha çok ortaya çıkmıştır. Fiziksel alt yapı ve diğer şikâyetlere bakıldığında erişilebilirlik (telefonla ulaşamama, çağrı merkezine ulaşamama vb.) ve düzensizlik ile ilgili şikâyetlerin olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Davranışsal şikâyetlere bakıldığında çalışanların mağaza işleyişiyle özdeşleşmiş kurallara uyması müşteriler tarafından istenilen bir durum olduğu söylenebilir. Ayrıca müşteriler arasında ayrım yapılması, saygısızlık, kaba davranma gibi davranışsal şikâyetlerde A mağazası ile ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. İşletme güvenilirliği ile ilgili şikâyetlere bakıldığında özellikle aktüel ürünler ile ilgili sıkıntılar (tedariki, teslimi ve yeterli miktarda bulunması), pandemi-hijyen kuralları ile ilgili şikâyetler A mağazası için ilişkili olan şikâyetlerdir. Bu durumda özellikle aktüel ürünlerin belirtilen zaman dilimlerinde mağazada bulunması, kısıtlı miktarda ürün bulundurup sanki çok fazla ürün varmış gibi bir algı oluşturulması müşteriler tarafından ifade edilen şikâyetlerdir. Online hizmet sunumu ile ilgili şikâyetler incelendiğinde online sipariş edilen ürünlerin teslim edilmemesi, iade süreçleri, yanlış gönderilmesi gibi durumların şikâyet konusu olduğu anlaşılmıştır.

B mağazası incelendiğinde en fazla şikâyet temasının ürün ile ilgili olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durumda özellikle gıda ürünlerinde içeriğin bozuk olması, mekanik ürünlerde arıza durumu, müşterinin iade isteğinin geri çevrilmesi durumları çok fazla şikâyet almıştır. B mağazası ile ilişkili olan bir diğer sonuç işletme güvenilirliği ile ilgili şikâyetlerdir. Bu durumda özellikle aktüel ürünler ile ilgili sıkıntılar (tedariki, teslimi ve yeterli miktarda bulunması), pandemi-hijyen kuralları ile ilgili şikâyetler B mağazası için ilişkili olan şikâyetlerdir. Ayrıca B mağazası davranışsal şikâyetler ile ilişkili olduğu da söylenebilir. Bu durumda çalışanların mağaza işleyişiyle özdeşleşmiş kurallara uyması müşteriler tarafından istenilen bir durum olduğu söylenebilir. Ayrıca müşteriler arasında ayrım yapılması, saygısızlık, kaba davranma gibi davranışsal şikâyetlerde B mağazası ile ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır.

C mağazası en az şikâyete konu olan mağazalardan biridir. C mağazası incelendiğinde de B mağazasına benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır. En fazla şikâyet temasının ürün ile ilgili olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durumda özellikle gıda ürünlerinde içeriğin bozuk olması, mekanik ürünlerde arıza durumu, müşterinin iade isteğinin geri çevrilmesi durumları çok fazla şikâyet almıştır.

Bu çalışmanın en büyük kısıtı sadece indirimli mağazaların incelenmesidir. Ayrıca 2020 yılı ile kısıtlıdır. Sadece şikâyetvar.com sitesi dikkate alınarak inceleme yapılmıştır.

Gelecekte süpermarketler, departman mağazalar ya da perakende sektörü içerisinde yer alan farklı sektörler incelenebilir. Farklı platformlarda yapılan şikâyetler incelenerek bu çalışma ile karşılaştırılabilir. Bu çalışmada nitel analiz teknikleri kullanılmıştır. Gelecekte nicel analiz teknikleri ile de çalışmalar yapılabilir.

Kaynakça

1. Altın, Ö. (2019). Müşterilerin şikâyet etme niyetlerini etkileyen faktörler üzerine bir araştırma (Yüksek lisans tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi.
2. Argan, M. T. (2014). E-şikâyetle ilgili tanımlayıcı bir çalışma: Şikâyet forumu olarak bir web sitesinin sosyal ağ analizi. Journal of Internet Applications and Management, 5(1), 49-66.
3. Greenacre, M., & Hastie, T. (1987). The geometric interpretation of correspondence analysis. Journal of the American statistical association, 82(398), 437-447.
4. Hirschman, A. O. (1970). Exit, voice, and loyalty: responses to decline in firms, organizations and states, Cambridge, MA: Harvard University Press.
5. Hsieh, H. F., and Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. Qualitative health research, 15(9), 1277-1288. doi.org/10.1177/1049732305276687
6. Jin, L. (2010). Determinants of customers' complaint intention: Empirical study in the context of China's retail industry. Nankai Business Review International, 1(1), 87-99.
7. Kumar, P. (2016). Impact of customer complaining behaviour on defection behaviour: an investigation on retail formats in India. International Journal of Research-Granthaalayah, 4(12), 214-225.
8. Lovelock C., Wright L., (2002). Principles of Service Marketing and Management. 2nd Edition, Prentice-Hall Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
9. Mayring, P. (2014). Qualitative content analysis: theoretical foundation, basic procedures and software solution. Klagenfurt. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-395173
10. Starri, M. (2021). Digital 2021–I dati di luglio. Erişim Linki: Https://Wearesocial.Com/Blog/2021/07/Digital-2021-İ-Dati-Di-Luglio/
11. Taştan, H. (2008). Seyahat acentalarının düzenlediği paket turlardaki müşteri şikâyetleri ve çözüm önerileri: İstanbul'daki seyahat acentalarının şikâyet-çözüm sistemleri üzerine bir araştırma, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin.
12. Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri, 10. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

